

CIGAR



COURMESSE 2008 DAS LIFESTYLEMAGAZIN FÜR DEN MANN

32 Seiten extra

SPORT:
Polo in Gstaad

CITY-TRIP:
Wenn es Nacht wird
über dem Bosphorus

Getestet:
**43 ZIGARREN
AUS KUBA**

Urs Althaus

DAS MÄRCHEN VOM FARBIGEN BUB, DER IN DIE WELT ZOG,
UM FOTOMODELL UND SCHAUSPIELER ZU WERDEN





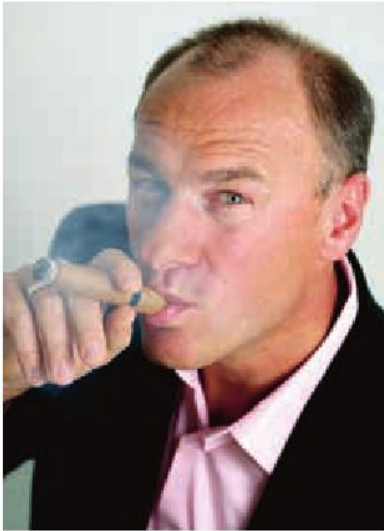
Harte Schale, weicher Kern. Der Touareg mit wirtschaftlichem V6-TDI®-Motor.

Im verbrauchsarmen V6-TDI®-Motor des Touareg TDI® wohnen zwei Seelen. Denn so bescheiden er sich beim Kraftstoffverbrauch zeigt, so grosszügig ist er in Sachen Fahrspass. Zudem profitieren Sie mit den attraktiven Ausstattungspaketen zusätzlich von vielen Extras. Erleben Sie einen unbeschwerten Fahrkomfort. Zum Beispiel bei einer Probefahrt bei Ihrem VW-Händler.



Das Auto.

Smoking



STEFAN SCHRAMM
Chefredaktor

PS:

Jetzt ist der Trend der zweiten Bauchbinde am Fuss der Zigarre definitiv. Nachdem Juan Clemente allen seinen Parejo-Zigarren schon seit längerem die zweite Binde spendiert und sie bei Patoro zumindest teilweise eingesetzt wird, sind jetzt auch die Flor de Selva mit dem zusätzlichen Schutz versehen.



Auf den Wellen, die das Leben so wirft, treiben oft genug Schaumkrönchen der Ironie. Sie zu entdecken ist vergnüglich. Allzumal vergnüglicher als auf die Welle zu starren wie weiland der Jünger Simon Petrus. Wer starrt, geht unter. Was nottut, ist Gelassenheit. Gelassene Menschen entdecken die Schäumchen.

Eines dieser munteren ironischen Schäumchen auf der aktuellen Welle an Rauchverboten ist die Rekultivierung des Genussrauchens, und damit das Revival des klassischen Raucherzimmers. Unsere lieben Gesundheitsvertreter haben tatkräftig mitgeholfen, aus dem Genussrauchen wieder zu machen, was es eigentlich ist, nämlich etwas Besonderes.

Immer öfter werden sie auf ihrem Weg ins Fitnessstudio an Smoker Lounges oder Clubs vorbeikommen, die Menschen anziehen, weil sie etwas sehr Rares ausstrahlen, nämlich die Freude an der Zeit, an der Musse, am Gespräch und am Genuss. Such sowas mal im Fitnessstudio.

Einst war das Raucherzimmer ja gang und gäbe. Vor hundert Jahren zogen die Herren ein Smoking-Jackett an, wenn sie nach dem Dinner ins Raucherzimmer gingen. Man erlebte sich gegenseitig, man war unter sich. Man war im Smoking-Jackett, man war Mann, man war eine eigene Klasse, eine Klasse für sich. Und das Smoking-Jackett wurde so beliebt, dass es immer öfter den Frack ersetzte und sich als Smoking etablierte. Wie viele Tätigkeiten gibt es, aus denen ein eigenständiges Kleidungsstück hervorging?

Das Raucherzimmer ist im Kommen. Und ich habe mir vorgenommen, den Smoking wieder öfter zu tragen, wenn sich die Gelegenheit bietet, etwas zu genießen. Nicht als Signal – ich habe keine Mission – sondern weil die Geschichte des Smokings eng mit jener Gelassenheit verbunden ist, die nötig ist, um die ironischen Schaumkrönchen auf den Wellen des Lebens zu erkennen.

Geniessen Sie Dubuffets «Streunende Helden», ohne an Turbulenzen der Finanzmärkte denken zu müssen.

© 2008, Heroes Errants Jean Dubuffet/Prolitharis



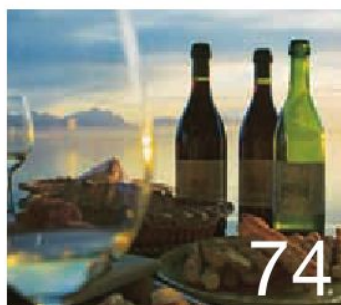
ZKB Private Banking ist die Kunst, Ihr Vermögen nach Ihren Zielen zu vergrössern – und dabei stets Ihre Erwartungen zu übertreffen. Mit exzellentem Know-how und höchstem Engagement ist Ihr persönlicher Banker in allen Belangen für Sie da. Willkommen an der Bahnhofstrasse 9 in Zürich, Telefon +41 44 292 24 00.

www.zkb.ch/privatebanking

Die nahe Bank  **Zürcher
Kantonalbank**



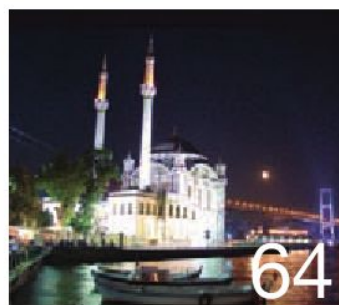
O-Ton Urs Althaus



Schweiz, Land der noblen Weine



Black is beautiful – auch bei Pfeifen



Istanbul, die Partystadt



Polo in Gstaad: Ein Höhepunkt



43 Zigarren neu getestet

01 EDITORIAL RAUCHZEICHEN

05 LIFESTYLE SHORTLIST ZIGARREN

- 07 UHREN: BITTE KEINE HEMMUNG
- 09 HANDY: DAS ANDERE IPHONE VON SONY ERICSSON
- 11 VODKA: EIN SOMMERHIT IN KÜHELEM GRÜN
- 13 BIKE: WIE EIN BIKE, ABER MIT EINEM E DAVOR
- 15 ESPRESSO: SO WERDEN SIE ZUM BARISTA
- 17 FITNESS: DAS SPORTLABOR AM HANDGELENK
- 19 AUTO: DIE PORSCHE-LEGENDE LEBT

20 TITELSTORY O-TON URS ALTHAUS

Als schwarzer Schweizer wurde er Fotomodell und Schauspieler. Urs Althaus' Geschichte klingt wie ein Märchen.

28 THEMA BUSINESS AVIATION

Die ganze Flugindustrie stöhnt unter dem hohen Ölpreis. Die ganze? Nein, der Geschäftsfliegerei gehts glänzend.

34 ESSAY BUSINESS CLASS

Fliegen in der Business-Klasse schmerzt zwar das Portemonnaie – aber ansonsten tuts rundum gut.

40 PFEIFEN BLACK IS BEAUTIFUL

Helle Pfeifen gelten als kostbar und schön, dabei sind die schwarzen Dinner-Pfeifen die wirklichen Schmuckstücke.

44 PORTRAIT OSKAR BRÜHWILLER

Der St. Galler ist erster Habanos-Spezialist der Schweiz und vehementer Verfechter des offiziellen Imports.

47 LOUNGES DIE BESTEN ORTE FÜRS GENUSSVOLLE RAUCHEN

48 TECHNIK FEUERZEUGE

Der Mann kann sich nicht mit Schmuck behängen. Aber ein schmackes Feuerzeug kann er gut herzeigen.

52 FUMOIR NEUES AUS DER CIGAR-WELT

56 HOLY SMOKE RAUCHIGE ADRESSEN

60 SPORT POLO

Vergessen Sie Fussball-EM und Olympia: Beim Polo-Cup in Gstaad ist noch echter Männersport zu sehen.

64 CITY TRIP ISTANBUL

Die Stadt am Bosphorus tut so, als ob ständig Party wäre. Doch diese Party könnte bald zu Ende sein.

68 TOURISMUS IM LUXUSZUG DURCH INDIEN

Reisen in Indien ist anstrengend. Ausser man fährt im Luxuszug äusserst komfortabel durchs Land.

73 RÄTSEL WER IST DER GESCHEITESTE RAUCHER IM LAND?

Zu gewinnen gibt es einen Humidor Aficionado.

74 THEMA WEINE

Schweizer Weine haben bisher nicht bewiesen, dass sie hohes Alterungspotenzial haben. Das soll sich ändern.

80 TEST KUBA

Havanna-Zigarren sind nach wie vor die Referenz. Wir haben 42 davon für Sie getestet.

86 TEST WHISKY UND ZIGARREN

Whisky ist nicht nur ein alkoholisches Getränk, Whisky ist ein Mythos. Und passt sehr gut zu Zigarren.

90 MARKE BOSSNER

Konstantin Loskutnikov, Bossner-Chef, macht Zigarren, die er selbst gern raucht. Das ist ein gutes Rezept!

94 IMPRESSUM

96 KOLUMNE ICH HASSE GEBURTSTAGE

Es ist angerichtet.



Geniessen Sie im neuen Autocenter Zürich-Süd die reichhaltige Auswahl an Fahrfreude vom Feinsten. Das Rezept dazu: Modernste Infrastruktur, stilvolle Räumlichkeiten, Mitarbeiter, die mit Leidenschaft und Kompetenz für Sie da sind und natürlich immer die aktuellsten BMW Modelle für eine Probefahrt. Kommen Sie auf den Geschmack. Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

Öffnungszeiten: Mo bis Do 08.00–18.30 h / Fr 08.00–18.00 h / Sa 09.00–16.00 h

**Autocenter
Zürich-Süd**

Zürichstrasse 102
8134 Adliswil
Tel. 043 306 06 60
www.bmw-ezs.ch



Freude am Fahren

Shortlist

Wie sich die Zeiten ändern: Als Baron Leopold de Rothschild 1880 bei der kubanischen Manufaktur Hoyo de Monterrey ein neues Zigarrenformat für ein kürzeres Rauchvergnügen orderte, um nicht allzu lange «unproduktiv» zu bleiben, kam dabei das Robusto-Format heraus. Heute gilt die Robusto mit ihrer Rauchzeit von etwa einer halben Stunde schon als ganz normale Zigarre. Die Pause zwischendurch ist eben deutlich kürzer geworden. Und dafür gibt es die kleinen, aber trotzdem feinen und handgerollten Zigarren, die wir im Folgenden vorstellen.

TEXT: HANS OTT FOTOS: MARCEL STUDER

Stärke:



6

DOMINIKANISCHE REPUBLIK **MACANUDO CAFE ASCOT**

CHF 2.80 / Euro 1.95
Länge: 106 mm
Durchmesser: 13 mm
Filler: Dom. Rep. / Mexiko
Umblatt: Mexiko
Deckblatt: Connecticut

Eher hell, schwach glänzend, mittlere Aderung.
Rauch: Deftige Würze, jedoch rund und samtig.
Geschmack: Anhaltende Kaffearomen, leichte Bitternote.
Zugverhalten: **zu starker** ☐☐☐☒☐☐☐**kein**
Aromadichte: **sehr dicht** ☐☐☐☒☐☐**sehr schlank**



7

DOMINIKANISCHE REPUBLIK **DAVIDOFF «EXQUISITOS»**

CHF 2.70 / Euro 2.15
Länge: 93 mm
Durchmesser: 9 mm
Filler: Dom. Rep.
Umblatt: Dom. Rep.
Deckblatt: Ecuador

Deckblatt Colorado, seidig, feine Oberfläche.
Rauch: Kräftig, würzig mit herbaler Note.
Geschmack: Leicht süssliche Kakaonote, würzig.
Zugverhalten: **zu starker** ☐☐☐☒☐☐☐**kein**
Aromadichte: **sehr dicht** ☐☐☒☐☐☐**sehr schlank**



7

NICARAGUA

CHF 1.50 / Euro 2.–
Länge: 105 mm
Durchmesser: 12 mm
Filler: Nicaragua
Umblatt: Nicaragua
Deckblatt: Nicaragua

JOYA DE NICARAGUA PICCOLINO
Colorado Claro, glänzend, Einlage weich.
Rauch: Würzig mit deutlich herbaler Note.
Geschmack: Würzige Aromen wie gerösteter Rosmarin, grünes Holz.
Zugverhalten: **zu starker** ☐☐☐☒☐☐☐**kein**
Aromadichte: **sehr dicht** ☐☐☒☐☐☐**sehr schlank**



7

DOMINIKANISCHE REPUBLIK **MACANUDO MADURO ASCOT**

CHF 2.80 / Euro 1.95
Länge: 106 mm
Durchmesser: 13 mm
Filler: Dom. Rep. / Mexiko
Umblatt: Connecticut
Deckblatt: Connecticut

Deckblatt Colorado Maduro, glänzend, mittel-feine Oberfläche. Rauch: Kräftige, gut abgerundete Würze. Geschmack: Würzige Aromen, ausgewogen, Muskatnote.
Zugverhalten: **zu starker** ☐☐☒☐☐☐☐**kein**
Aromadichte: **sehr dicht** ☐☐☒☐☐☐**sehr schlank**



8

DOMINIKANISCHE REPUBLIK **EL CREDITO PURITOS**

CHF 2.80 / Euro 1.50
Länge: 106 mm
Durchmesser: 13 mm
Filler: Dom. Rep. / Nicaragua
Umblatt: Nicaragua
Deckblatt: Ecuador

Schwach glänzend, strukturierte Aderung, regelmässig. Rauch: Feingliedrige Würze mit leichter Zedernnote. Geschmack: Weiche, erdige Moosnote.
Zugverhalten: **zu starker** ☐☐☒☐☐☐☐**kein**
Aromadichte: **sehr dicht** ☐☐☐☒☐☐**sehr schlank**



9

DOMINIKANISCHE REPUBLIK **AVO PURITOS DOMAINE**

CHF 2.60 / Euro 1.80
Länge: 102 mm
Durchmesser: 11 mm
Filler: Dom. Rep.
Umblatt: Dom. Rep.
Deckblatt: Dom. Rep.

Deckblatt Colorado, feine Oberfläche, Einlage weich. Rauch: Kräftige, gut abgerundete Würze. Geschmack: Röstaromen mit nachhaltiger Pfeffernote.
Zugverhalten: **zu starker** ☐☐☐☒☐☐☐**kein**
Aromadichte: **sehr dicht** ☐☒☐☐☐☐**sehr schlank**

Griffin's,
the Fascination!



Nur im anspruchsvollen Tabakfachhandel erhältlich.

www.griffinscigars.com

Möglichst wenig Hemmung

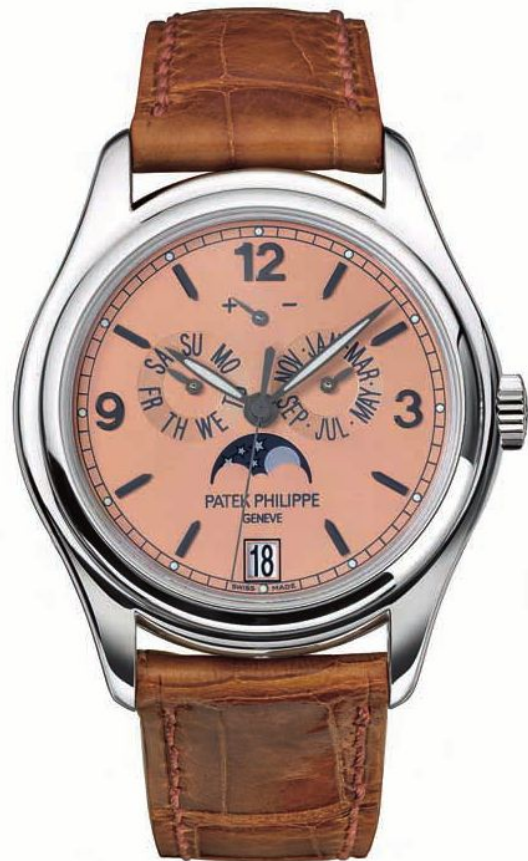
Seit 200 Jahren arbeiten die Uhrenhersteller an der Perfektionierung der Mechanik. Patek Philippe ist jetzt ein weiterer grosser Fortschritt auf diesem Gebiet gelungen.

TEXT: HEINI LÜTHY

Sie ist ein Herzstück jeder mechanischen Uhr, und wie die meisten Komponenten wurde sie in ihrem Prinzip bereits vor fast 200 Jahren entwickelt: die Hemmung. Sie sorgt dafür, dass die kontinuierliche und kreisförmige Bewegung der sich entspannenden Feder gebremst und in kleinste Schritte, meist acht oder zehn pro Sekunde, zerlegt wird, die sich beim genauen Betrachten des vorrückenden Sekundenzeigers beobachten lassen.

Die meisten Uhren verwenden die so genannte Schweizer Ankerhemmung. Sie besteht aus mehreren höchstpräzisen Bauteilen, die das Kunstwerk vollbringen, die Kraft der Feder kontrolliert mehrmals pro Sekunde zu stoppen und dann wieder freizugeben (wer sich genauer dafür interessiert, findet hier eine Animation dieses Ablaufs: www.schmuckunduhren.de/technik/schweiz-ank.shtml). Dazu müssen die verschiedenen Komponenten absolut perfekt zusammenarbeiten, nur so ist es möglich, eine mechanische Uhr mit einer Abweichung von nur wenigen Sekunden pro Tag laufen zu lassen, was eine beeindruckende Genauigkeit im Bereich von Promille-Bruchteilen bedeutet.

Seit 200 Jahren werden Hemmungen nach diesem Prinzip gebaut, und seit 200 Jahren wurde immer wieder versucht, die Genauigkeit zu verbessern. Bessere Materialien und vor allem bessere Herstellungsmethoden und Werkzeuge haben hier enorme Fortschritte gebracht. Ein weiterer solcher Fortschritt ist jetzt Patek Philippe gelungen, der Genfer Traditionsmarke, die auch gelegentlich als «Rolls-Royce unter den Uhren» bezeichnet wird. Patek Philippe bezeichnet ihre neue Hemmung als «Pulsomax»; sie besteht aus einem besonderen Silizium-Material, welche unempfindlich ist gegen Temperaturschwankungen und dessen Oberfläche ideal geeignet ist für diesen Zweck. Zudem erlaubt es das neue Material, die Form der Teile



zu optimieren, so kann auch auf die früher nötigen Rubin-Steine verzichtet werden, was die Herstellung vereinfacht.

Das Resultat ist, dass die Kraft besser übertragen und die Gangpräzision erhöht wird. Patek Philippe spricht davon, dass Pulsomax wohl zu Recht als Schweizer Ankerhemmung mit dem besten Wirkungsgrad bezeichnet werden könne.

Erhältlich ist dieser technische Fortschritt allerdings erst sehr beschränkt: Die Pulsomax-Hemmung ist im Modell 5450 mit Jahreskalender und Platingehäuse eingebaut, das in einer limitierten Serie von 300 Exemplaren hergestellt und für 62 000 Franken verkauft wird.

Spice Up Your Life!

Djarum Black wird aus feinsten, naturgewachsenen Nelken und Tabak mit einer würzigen, aromatischen Note gefertigt. Diese Kretek mit schwarzem Papier ist bei Kretek – Konsumenten sehr beliebt. Djarum Black strahlt Raffinesse aus, gepaart mit kühner Modernität.



 **DJARUM**
it's the clove...

Für Informationen kontaktieren Sie:

Oettinger Imex AG,
Tel. +41 (0)61 279 36 90
oder infomarktschweiz@davidoff.ch
www.djarum.com

Weitere Produkte aus unserem Sortiment:



Das andere iPhone von Sony Ericsson

Alle reden vom iPhone – und viele vergessen dabei, dass es noch ein paar andere Hersteller und ein paar andere Handys gibt, die ebenfalls viel können und ebenso einfach zu bedienen sind wie das Apple-Phone.



TEXT: ROLAND WERNLI

Noch in diesem Sommer will Sony Ericsson mit dem Xperia X1 nicht nur ein neues Multimedia-Handy der Spitzenklasse auf den Markt bringen, sondern damit auch eine neue Serie unter dem Label Xperia lancieren, die später um weitere Modelle erweitert werden soll. Die Chancen für den Erfolg stehen nicht schlecht, denn das X1 hat bereits bei der ersten Präsentation an der Mobilfunkmesse in Barcelona für ziemliches Aufsehen gesorgt und wird von den mehr oder weniger fachkundigen Kommentatoren in Web-Diskussionen und Blogs als ernstzunehmender Konkurrent für das iPhone bezeichnet.

Es kommt in Slider-Bauform daher und – als erstes Modell dieses Herstellers – mit dem Betriebssystem Windows Mobile 6.1. Allerdings hat Sony Ericsson über dieses System eine speziell entwickelte Bedieneroberfläche gelegt, so dass sich die Funktionen wie beim iPhone per Fingertipp auf den 3 Zoll grossen Bildschirm mit einer Auflösung von 800 mal 480 Pixel steuern lassen aber natürlich auch über die aufschieb- bare Tas-

tatur. Die Benutzeroberfläche kann zudem individuell den eigenen Bedürfnissen angepasst werden. Diese Oberfläche wie auch das eigentliche Design des Geräts werden denn auch – neben der üppigen technischen Ausstattung – besonders gelobt.

Das X1 ist prädestiniert für die Benutzung des mobilen Internets und hat alles eingebaut, was man dafür so braucht: Eine 3,2-Megapixel-Autofokus-Kamera mit Video-Aufzeichnung, einen UKW-Empfänger, Mediaplayer, Videotelefonie-Funktionalität, dazu die heute üblichen Business-Applikationen für Mail (mit Push-Funktion), Surfen, Termin- und Adressverwaltung, eine Tastatur, Handschrifterkennung und vieles mehr; es beherrscht die wichtigen Kommunikationstechniken wie GSM (Vier-Band), EDGE, HSDPA und UMTS und verfügt über ein GPS-Modul.

Das Xperia X1 sollte demnächst erhältlich sein, der Preis ist noch nicht bekannt, er dürfte aber bei rund 700 Euro oder entsprechend über 1100 Franken liegen.



Die Schweiz entdeckt eine neue Energiequelle.

ixso
POWERED BY NATURE.



**100% natürlich.
Erfrischend, fruchtig.**

Jetzt bei Ihrem Getränkehändler.

www.ixso.ch

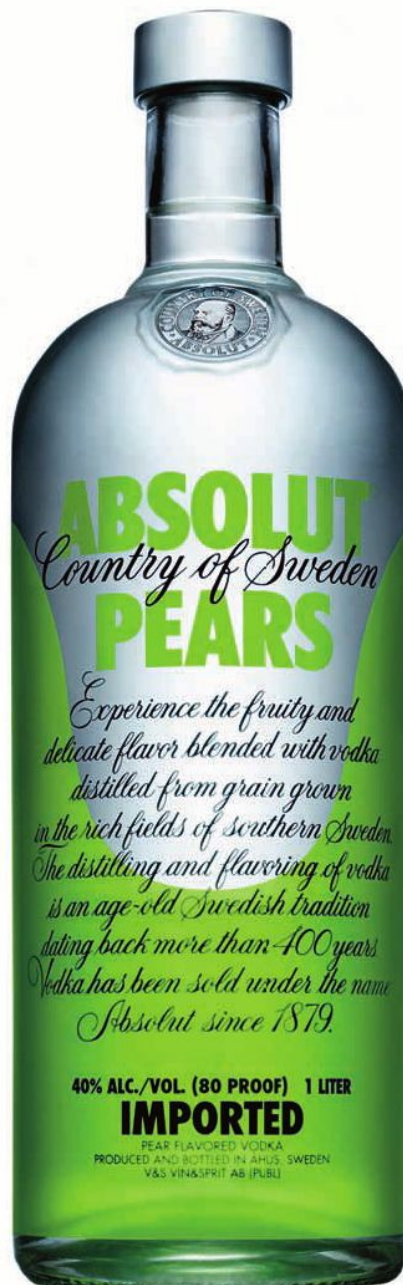
Ein Sommerhit in kühlem Grün

Der schwedische Vodka-Hersteller Absolut mischt sein Feuerwasser mit den verschiedensten fruchtigen Aromen, seit Neuestem zum Beispiel mit Birne. Deshalb eignen sich diese Produkte sehr gut für sommerliche Mixgetränke.

TEXT: ROGER WERNLI

Dieses Getränk hat das Zeug zum Sommerhit: Die schwedische Vodka-Marke (ja, das gibt es) Absolut bringt jetzt mit «Absolut Pears» den ersten Vodka mit Birnenaroma und einer Mandelnote auf den Schweizer Markt. Sein deutlich hervortretender Geschmack nach süssen reifen Birnen zusammen mit der eher diskreten Mandelnote sorgen dafür, dass er lieblicher auf Zunge und Gaumen wirkt als ein normaler Vodka – ideal für die Einstimmung auf einen gemütlichen, warmen Sommerabend.

Absolut Pears ist das neueste Produkt einer ganzen Familie von Vodka mit Zusatzgeschmack, die seit den Achtzigerjahren ständig wächst. Die anderen sind Vanilia, Citron, Kurant (mit dem Geschmack schwarzer Johannisbeeren), Mandrin (Mandarine), Ruby Red (Grapefruit), Apeach (Pfirsich) sowie Rasperri (Himbeeren). Sie alle schmecken nicht nur pur sehr angenehm, sondern eignen sich sehr gut zum Mixen mit weiteren Zutaten. Absolut weist jedem dieser Geschmäcker eine



Frucht zu, die besonders gut dazupassen soll. Beim Pears beispielsweise alles, was nach Zitrone schmeckt: Zitronensaft, Zitronenlikör oder kohlensäurehaltiges Wasser.

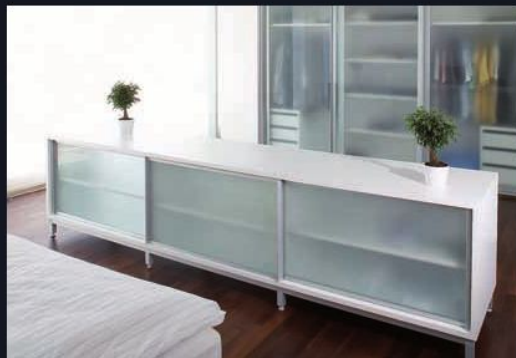
Absolute Pears wird wie alle Produkte aus dem selben Haus ausschliesslich aus natürlichen Zutaten und ohne die Zugabe von Zucker in der traditionsreichen Destillerie im südschwedischen Åhus hergestellt.

Absolut lässt sich aber nicht nur für das Getränk selber etwas einfallen, auch die Flasche selber ist bereits ein Hingucker. Mit einer schlichten Form und aus klarem Glas mit einer transparenten grünen Verzierung; ist sie leergetrunken fast zu schade für den Altglas-Container. Aber so weit sind wir noch nicht, zuerst will der Inhalt ja genossen werden.

Drinkrezepte für die verschiedenen Absolut-Produkte, aber auch viele andere, wie auch Anregungen für eigene Mix-Kreationen sind auf www.absolutdrinks.com zu finden. Absolut Pears enthält 40 Prozent Alkohol und ist in der 7-Deziliters-Flasche für 27.90 zu kaufen.

Alles in Ordnung

www.alpnachnorm.ch



alpnach norm schafft Wohn- und Arbeitskultur für Individualisten – intelligent, kompromisslos und mit hohen ästhetischen Ansprüchen. Gratisnummer 0800 800 870



Schweizer Qualität 

Wie ein Bike, aber mit einem E davor



Die meisten E-Bikes sehen eher aus wie tuckrige Mofas als wie elegante Fahrräder. Nicht so der Stromer von Thömu: Dieser Bike-Bauer rüstet seine normalen Modelle mit einem unauffälligen Motor aus.

TEXT: HEINI LÜTHY

Vor Kurzem noch wurden sie belächelt als Geronto-Gefährte, jetzt sind sie trendy: Die Elektrovelos, auch E-Bikes oder Pedelects genannt. Velos, die einen batteriegespiessenen Hilfsmotor haben und damit auch weniger Trainierten und Gemütlich-Fahrern Fahrspass vermitteln. Denn wenns bergauf geht, bei Gegenwind oder einfach, wenn man gern Gas geben will ohne ins Schwitzen zu kommen, unterstützt der Motor den Menschen mit der mehrfachen Kraft der Muskeln.

Kein Zweifel, das E-Bike ist das ideale Verkehrsmittel für Pendler: Damit schlängelt man sich leicht durch den Innerorts-Verkehr und kommt bequem und nicht ausgepowert im Büro an. Und dem Gewissen tuts gut, dass die Fitness auch nicht zu kurz kommt. Deshalb erleben sie einen Boom: 2007 wurden 50 Prozent mehr Elektroräder verkauft als 2006, und für 2008 rechnet die Branche mit einem ähnlichen Wachstum.

Echte Velo-Freaks können allenfalls noch die Nase rümpfen über die Form: Die meisten E-Bikes sehen nicht besonders elegant aus. Doch auch das ist jetzt vorbei, denn jetzt gibt es mit «Thömus Stromer» ein E-Bike, das aussieht wie ein edles

Mountainbike (was es auch ist) mit einer übergrossen und etwas unförmigen Trinkflasche.

Thömus? Thömu ist die Berner Dialektversion von Thomas, und Thomas Binggeli baut seit bald zwanzig Jahren im bernischen Niederscherli Mountain- und City-Bikes sowie Rennvelos der Spitzenklasse. Und mit dem Stromer – auch dies ein bernischer Ausdruck – bringt er jetzt ein Elektrovelo der ziemlich anderen Art: Er nimmt Bikes aus seiner normalen Produktion und spendiert ihnen einen unauffälligen Antrieb am Hinterrad, und der Akku wird am Unterrohr befestigt, wo sonst die Trinkflasche ihren Platz hat. Die Technik ist absolut State of the Art: Aluminiumrahmen, erstklassige Übersetzungskomponenten, Scheibenbremsen und Federung vorne. Mit einem Gewicht von 18 bis 20 Kilo gehören die Stromer zu den Leichtgewichtigen, konventionelle E-Bikes wiegen eher 25 bis 30 Kilo.

Der Stromer ist in verschiedenen Versionen erhältlich und kostet ab knapp 3000 Franken. Wers ganz exklusiv mag, kann sich auch ein Custom-Bike, also ein Massvelo mit noch besseren Komponenten bauen lassen. Mehr bei www.thoemus.ch.

**DAS KANN NUR
EIN INSERAT.**



Foto: SF/Christian Dierich

So wenig kostet ein Leser pro Inserat.*

Doch das ist nur einer der vielen Vorzüge von Inseraten, beworben von Martina Kunz und Michael Holzgang, Werbeagentur in flagranti bsw. Eine Aktion der Schweizer Presse in Zusammenarbeit mit dem Kreativnachwuchs der Schweizer Werbeagenturen. www.schweizerpresse.ch

*Durchschnittskosten pro Leser für 1/4-Seite 4c. Quelle: TLP-Vergleich MACH Basic 2007-2.



SCHWEIZER PRESSE
PRESSE SUISSE | STAMPA SVIZZERA | SWISS PRESS

Der einfachste Weg, ein perfekter Barista zu werden

Ein guter Espresso kann auch an einem sonst trüben Tag einen echten Lichtblick bedeuten. Aber wirklich gut wird er nur mit der richtigen Maschine und dem richtigen Kaffee.

TEXT: ROGER WERNLI

Die Meinung, dass Espresso so heisst, weil er etwas mit Express, also mit schnell zu tun hat, ist weitverbreitet, aber wahrscheinlich falsch. Eine andere Erklärung ist die, dass man in Italien früher einen Caffè espresso bestellte, wenn man einen «ausdrücklich» oder speziell und just on time frisch zubereiteten Kaffee wollte. Diese Erklärung ist viel befriedigender, denn einen guten Espresso soll man weder rasch zubereiten noch rasch hinunterkippen, sondern richtig geniessen.

Da wir allerdings im Alltag immer weniger Zeit haben, sind wir froh, wenn wir für die Zubereitung des morgendlichen Aufweckers oder des nachmittäglichen Verdauers nicht erst die Bohnen mahlen und dann darauf warten müssen, bis das Wasser in der Pressokanne auf der Herdplatte durchgeblubbert ist. Wobei, nebenbei gesagt, mit der Pressokanne gar kein echter Espresso gemacht werden kann, da dafür ein höherer Druck nötig ist.

Also muss eine richtige Pressomaschine her. Und man macht sicher keinen Fehler, wenn man dafür nach Italien, ins Ursprungsland dieses Getränks blickt. Beispielsweise zu Lavazza, einem der ganz grossen Kaffee- und Kaffeemaschinen-spezialisten. Mit der Espresso Point Matinée hat dieser Hersteller einen Vollautomaten im Sortiment, der sich für kleinere Büros, für Läden oder auch für Privathaushalte eignet. Er funktioniert mit einem Kapselsystem, das immer für grösstmögliche Frische garantiert und das die Bedienung kinderleicht macht. Mit der Point Matinée, verspricht der Hersteller, wird jeder zum perfekten Barista.

Zur Getränke-Auswahl stehen 23 verschiedene Produkte, von den Arabica-Bohnen mit intensiven Aromen bis zu eher weichen Mischungen für Milchkaffee. Dazu seit Kurzem ein Kaffee aus fairem Handel, dann koffeinfreier Kaffee, aber auch verschiedene Tees und sogar eine Bouillon.



Die Lavazza Espresso Point Matinée hat ein Chromstahl-Gehäuse und kostet ab 1600 Franken. Für Büros und Kleinfirmen gibt es sie auch mit einem Leasing-Modell, bei dem die Maschine und der Service gratis sind und nur die Kaffee-kapseln verrechnet werden. Mehr Informationen gibt's bei www.lavazza.ch

HERBST 2007

GOURMETREISE

DAS MAGAZIN FÜR GENIESSER

- ★ AMSTERDAM
- ★ PHILADELPHIA
- ★ MOSKAU
- ★ KÄRNTEN

Die 50 aufregendsten Restaurants der Welt

Alfons Schuhbeck
Das Genussimperium des Münchner Starkochs

Flavio Briatore
Sein Billionäre Club der Superreichen im Close-up

Die besten Weine
Die edelsten Tropfen der Welt und wo man sie bekommt

Preis: EUR 4,90, € 6,90 (inkl. Versand, separat für D, A, CH).
Abonnementpreise: 3 Ausgaben für € 14,70 (inkl. Versand) / 6 Ausgaben für € 28,80 (inkl. Versand).
© 2007 GOURMETREISE. Alle Rechte vorbehalten. Druck: GOURMETREISE. 100% FSC-Zertifiziertes Papier.

Essen Trinken Reisen & Lifestyle in einem Magazin.

www.gourmetreise.tv

**NEU!
JETZT AM
KIOSK**



In seinem „Billionäre Club“ auf Sardinien feiert Formel-1-Playboy Flavio Briatore mit den Toppromis das schöne Leben – und nicht selten auch sich selbst.



Die edelsten Weine der Welt. Wir holten sie aus den dunklen Kellern und verraten, wo man sie bekommen könnte.



TV-Superstar Tim Mälzer chauffierte uns in einem Mustang zu seinen Hamburger Hotspots. Plus: Rezepte aus seinem neuen Kochbuch.



Amsterdam ist bunt, ausgeflippt, sexy und lecker. Auf der Suche nach „Stoff“ für die Zunge.



Fast das ganze Münchner Platzl ist in der Hand von TV-Koch Alfons Schuhbeck. Der steile Aufstieg von Bayerns König Alfons I.

- ★ Moskau erleben
- ★ Kärntens Hotspots
- ★ Essen in London
- ★ Restaurantkritiken
- ★ Wellness in the City

Im guten Zeitschriftenhandel in Deutschland, Österreich und der Schweiz oder im Abonnement unter Tel.: 0043.316.58 49 46-0 oder www.gourmetreise.tv



Das Sportlabor am Handgelenk

Die Suunto t6c will viel mehr sein als nur eine banale Pulsuhr. Der Hersteller bezeichnet sie vollmundig als «Sportlabor am Handgelenk».

TEXT: HEINI LÜTHY

Die Fussball-EM ist vorbei, und in Kürze ist auch die Sommerolympiade in Peking Geschichte. Fertig also mit Passiv-Sport vor dem Fernseher, raus in die freie Natur, weg mit dem Chips- und Bierbauch, auf zum Training.

Damit man richtig trainiert, braucht man a) einen Trainingsplan und b) ein Instrument für die Trainingskontrolle. Dafür eignet sich zum Beispiel ausgezeichnet die neue Suunto t6c, für welche der Begriff Pulsuhr eine schnöde Untertreibung ist; Suunto bezeichnet das Gerät als «Sportlabor am Handgelenk» und als «Profi-Instrument zur Trainingssteuerung und -analyse». Es ist die aktuelle Version des Spitzenmodells des finnischen Herstellers, gedacht für ambitionierte Amateur- und Profisportler, aber auch für Trainer, Sportmediziner und andere Spezialisten. Als Neuheit lässt sich das Display individuell an die eigenen Bedürfnisse anpassen.

Die Suunto t6c misst – natürlich – den Puls des Trägers und berechnet daraus den Trainingseffekt als so genannten EPOC-Wert, was Excess Post-Exercise Oxygen Consumption bedeu-

tet und angibt, welche Sauerstoffmenge der Körper nach einem Training braucht, um sich wieder zu erholen. Dazu zeigt sie den Kalorienverbrauch, die Atemfrequenz, das Atemvolumen und den Sauerstoffverbrauch an. Ebenfalls eingebaut ist ein Höhenmesser.

Für weitere Messungen gibt es verschiedene Zubehörteile: einen GPS-Pod, also einen kleinen Satellitennavigations-Empfänger, der Auskunft gibt über die gelaufene oder gefahrene Distanz und damit auch über die Geschwindigkeit, einen Schuh-Sensor, der die selben Daten aufgrund der Beschleunigung errechnet, sowie Zusatzgeräte fürs Bike oder Rennvelo, die bei dieser Trainingsform über Distanz, Geschwindigkeit und Trittfrequenz Auskunft geben. Ein weiteres Teil schliesslich erlaubt es, diese Daten auf einen PC zu übertragen und dort auszuwerten.

Ach ja: Die Zeit zeigt das Ding auch noch an.

Die Suunto t6c ist ab sofort erhältlich und kostet ab rund 500 Franken. Mehr Informationen und Bezugsquellen unter www.suunto.com

Erste Klasse für

Genießer



Macanudo

Macanudo Café / Maduro / Gold Label

Alles wird anders bleiben

Eigentlich ist das Auto ja ein Denkmal: Vor satten 45 Jahren wurde der Porsche 911 erstmals produziert – und entwickelte sich zum Männertraum für Generationen. Jetzt werden alle Carrera-Modelle neu aufgelegt.

TEXT: PETER TSCHARNER



Komplett neu entwickelte Boxermotoren mit Benzin-Direkteinspritzung und das erste Porsche-Doppelkupplungsgetriebe (PDK) für den Einsatz in einem Serien-Sportwagen sind zwei wesentliche Highlights der neuen Generation. Die neuen Elfer gibt's sowohl mit klassischem Hinterradantrieb wie auch in den Allradantrieb-Varianten Carrera 4 und Carrera 4S jeweils als Coupé und Cabriolet.

Die neuen Technologien sollen die Effizienz der 911-Modelle nachhaltig verbessern. So erreicht das Carrera Coupé mit PDK einen Verbrauch von 9,8 Litern pro 100 Kilometer. Alle neuen Carrera liegen im Benzinkonsum nun deutlich unter der Grenze von 11 Litern pro 100 Kilometer. Damit sinken auch die CO₂-Emissionen um bis zu 15 Prozent – und das erst noch bei mehr Leistung: Beim 3,6-Liter-Motor des 911 Carrera steigt die Leistung um 20 PS auf 345 PS. Ebenso markant

fallen die Verbesserungen beim 911 Carrera S mit 3,8-Liter-Motor aus. Er legt um 30 PS auf jetzt 385 PS Leistung zu. Der Leistungszuwachs ermöglicht es dem Carrera S Coupé, eine Höchstgeschwindigkeit von knapp über 300 Stundenkilometern zu erreichen.

Erkennbar ist die neue Generation der 911-Baureihe an einer dezenten, aber kennzeichnenden Überarbeitung der Front und an einer neuen Lichttechnik mit Bi-Xenon-Scheinwerfern und LED-Tagfahrlicht. Die Carrera-Modelle mit Vierradantrieb zielt weiterhin die bullige, gegenüber den zweiradgetriebenen Versionen um 44 Millimeter breitere Heckpartie.

Alles neu also und dennoch alles wie eh und je: Die Porsche 911 Carrera bleiben ein Traum, nicht gerade ein günstiger alldings, beginnt doch die Preispalette bei 137 000 Franken beziehungsweise 83 000 Euro.

«In diesem Moment GIBT ES NICHTS SCHÖNERES»

Er wuchs als farbiger Bub im erzkonservativen Kanton Uri auf. Dann zog er in die Welt hinaus und wurde erfolgreich. Jetzt ist er zurück in der Heimat und will die Welt nach Uri bringen: Urs Althaus, Ex-Fotomodell, Schauspieler, Berater und Zigarrenraucher.

INTERVIEW: HEINI LÜTHY FOTOS: MARCEL STUDER



Urs Althaus, ich gebe es zu, bis vor wenigen Tagen habe ich von Ihnen noch nie etwas gehört, und ich habe auch fast keine Zeitungsartikel über Sie gefunden – aber wenn ich Ihre Filmografie ansehe, bin ich beeindruckt. Bin ich nun ein Banause, oder machen Sie etwas falsch und sich selber zu wenig bekannt in der Schweiz? Wollen Sie hier gar nicht bekannt werden?

Ja, das ist schon so, dass ich hierzulande nicht sehr bekannt bin – und zum Teil ist es durchaus so gewollt. Ich bin froh, hier in der Schweiz leben zu können, ohne dass ich ständig erkannt und angesprochen werde. In Italien ist das anders, dort kann ich keinen Schritt tun, ohne dass man mich erkennt.

War denn Schauspieler zu werden schon immer Ihr Traum?

Nein, als Bub wollte ich Pelé werden – seine Hautfarbe habe ich ja, aber es hat am Talent gefehlt.

Sie haben es ja immerhin bis zum FC Zürich geschafft.

Ja, 1972/73 habe ich tatsächlich beim FC Zürich Fussball gespielt, bei den Reserven. Das war in der Ära Konietzka, als der FCZ auf dem Weg ganz nach oben war, kurz darauf wurde er drei Mal hintereinander Schweizer Meister. Ohne mich allerdings, denn im Training habe ich mich am Arm verletzt, und damit war es aus mit meiner Karriere.

Das muss ja ein ziemlicher Schlag für Sie gewesen sein.

Es war schlimm. Ich habe lange Zeit darunter gelitten, habe mich zuerst als Krüppel gefühlt und war lange Zeit sehr empfindlich bei diesem Thema. Erst mit der Zeit kam ich darüber hinweg, und jetzt habe ich mit meinem Arm und meinem Unglück von damals Frieden geschlossen. Wobei mir die Rolle des Aristoteles im 1984 erschienenen Fussballer-Film «L'Allenatore nel Pallone» sehr geholfen hat. Ich war der brasilianische Fussball-Held in der italienischen Serie A und spielte mit den Fussballgöttern wie Zico, Carlo Ancelotti, Roberto Bruzzo, Luciano Spinosi und anderen.

Wie haben Sie auf diesen Unfall reagiert?

Während dieser Zeit absolvierte ich eine KV-Lehre bei einem Reisebüro, aber mir war klar, dass dies nicht mein Leben sein würde. Ich wollte zwar auf jeden Fall die Lehre beenden, aber eigentlich faszinierte mich die Mode viel mehr. Und dann traf ich einen Fotografen der Schweizer Illustrierten, der mir sagte: Du musst unbedingt als Model arbeiten. Damals wusste ich noch gar nichts über dieses Geschäft. Aber ich bewarb mich, doch bei der grössten Zürcher Agentur Fotogen sagte man mir: Neger haben keine Chance. Es war dann die renommierte Agentur Time, die mir diese Chance doch gab.

Und dann wandten Sie sich der Schauspielerei zu?

Die Schauspielerei interessierte mich sehr, und ich dachte, ich könnte mir mit dem Modeln die Schauspielschule finanzieren.

Ich bewarb mich bei der Schauspielschule in Zürich, aber auch dort sagte der Direktor, ich solle mir das noch einmal überlegen, Schwarze könnten hier nicht Schauspieler werden.

Anscheinend liessen Sie sich dadurch nicht entmutigen.

Zu dieser Zeit lancierte Yves Saint Laurent gerade seine erste Kampagnen mit schwarzen Modellen. Da dachte ich mir, das ist meine Chance, und im Herbst 76 kaufte ich mir ein Billet Flüelen–Paris 2. Klasse und reiste nach Paris. Dort stellte ich mich bei der besten Agentur vor. Ich hatte bis dahin erst einige wenige internationale Jobs gehabt und nur ein paar kleine 9-mal-13-Zentimeter-Fotos, aber noch kein Modelbuch – ich wusste nicht einmal, was das ist. Und so wurde ich belächelt, aber nicht engagiert. Auch sagten mir die Leute dieser Agentur, sie hätten schon einen schwarzen Star. Und rieten mir, mich bei der Konkurrenz, bei der Agentur Elite vorzustellen.

Wie schafften Sie den Einstieg ins Business trotzdem?

Die Chefin von Elite war Schweizerin. Sie erbarmte sich meiner und sagte, weisst du was, ich ruf jetzt Yves Saint Laurent an, und du sagst ihm dann, du kämst aus New York und hättest dein Gepäck mit deinen Unterlagen verloren. Das wars dann, am nächsten Tag durfte ich für seine Russian Collection laufen, eine seiner besten Kollektionen. Und so war ich im Geschäft.

Der Durchbruch.

Der Durchbruch, ja – für die Rückfahrt nach Flüelen leistete ich mir dann eine Fahrkarte 1. Klasse. Anschliessend ging ich nach New York, und 1977 war ich als erstes schwarzes Model auf dem Cover des US-Magazins GQ.

Es scheint, dass man als Schweizer für den Erfolg im Showbusiness einfach auswandern muss.

Zum einen ist der Schweizer Markt so klein, dass die Chance, ein internationaler Star zu werden, winzig ist. Bei mir kommt aber noch etwas anderes hinzu: In der Schweiz wäre damals ein Schwarzer nicht einmal in einen Katalog gekommen.

Und war es im Ausland anders?

In Paris lief es mir sehr gut, ich wurde immer wieder gebucht, aber ich begriff damals gar nicht, dass ich damit eine Ausnahme war. Das Gleiche galt auch für Deutschland wo ich viel arbeiten konnte und absolute Top-Aufträge erhielt.

Eine Ausnahme? Worauf führen Sie dies zurück?

Sicher hat geholfen, dass ich ein Mischling bin, aber auch, dass ich über eine solide europäische Ausbildung verfügte.

Und über schweizerische Qualitäten wie Zuverlässigkeit, Seriosität?

Absolut. Man erlebt das ja immer wieder, dass Junge, die im Showbusiness oder etwa im Sport rasch viel Erfolg haben, die



«Als Bub wollte ich Pelé werden – seine Hautfarbe habe ich schon, aber es hat am Talent gefehlt»: Ex-Fussballer Urs Althaus.

Bodenhaftung verlieren. Und ich mit meiner guten Ausbildung und guten Integration in eine Gesellschaft hatte das Glück, auf dem Boden zu bleiben. Deshalb hatte ich Erfolg.

Blenden wir noch kurz zurück: Wie war es, als farbiger Bub in der konservativen Innerschweiz aufzuwachsen?

Und erst noch als Protestant (er lächelt)!

Richtig – wenn man dort nicht katholisch ist, hat man es zusätzlich schwer.

Wenn ich auf meine Jugend zurückblicke, kann ich den Leuten im Kanton Uri nur ein grosses Kompliment machen. Ich hatte überhaupt keine Probleme wegen meiner Hautfarbe. Ich war zwar der Exot, aber im positiven Sinne, hatte einen Bonus. Wenn ich als Kind in einem Laden mit der Kasse spielte, sagte meine Mutter, das tut man nicht, aber die Verkäuferin entgegnete, ach lassen Sie doch, er ist doch so ein Herziger. Wenn meine Freunde das Gleiche taten, bekamen sie eins auf die Finger. Ausserdem war ich gut im Fussball, überhaupt im Sport, und das hat mir viel geholfen. Ich war sogar der erste Protestant, der in die Jungwacht aufgenommen wurde.

Können Sie sich vorstellen, was aus Ihnen geworden wäre, wenn Sie nicht ins Ausland gegangen wären, sondern vielleicht nach Luzern oder höchstens nach Zürich?

Nein, das kann ich nicht. Das stand gar nie zur Diskussion. Ich wollte von Beginn an mich durchsetzen, ich hatte und habe einen ausgeprägten Gerechtigkeitsinn, und ich verstand nicht, warum ich als schwarzes Fotomodell nicht die selben Chancen haben sollte wie die anderen. Deshalb wollte ich ausbrechen. Und ich habe es knallhart durchgezogen. Ich wollte es um jeden Preis. Mein Traum, den Wunschberuf zu ergreifen, sollte nicht daran scheitern, dass ich schwarz bin.

Wann und warum haben Sie mit dem Modeln aufgehört?

Das war 1989, ich eröffnete die Balmain-Show zusammen mit einem neuen, jungen Star am Pariser Modehimmel. Wir liefen zusammen auf den Laufsteg, ich gewährte ihm den Vortritt. Er als Halb-Inder bewegte sich einfach genial, ungezwungen und frech im aufkommenden frischen Londoner Style. Ich dagegen bewegte mich im traditionellen klassisch eleganten Stil. Da wusste ich mit einem Mal: Your time is over. Das ist eine echte Gefahr, nicht nur im Modebusiness, dass man den Zeitpunkt seines Rücktritts verpasst. Und irgendwann bekommt man dann den Tritt in den Hintern. Das wollte ich vermeiden.

Und wie kamen Sie zum Film?

1980, in New York, lebte ich in einem Haus, in dem viele Prominente wohnten wie Luciano Pavarotti, Rudolf Nurejev, Franz Beckenbauer. Dort begegnete mir einmal im Aufzug eine Frau, die mich mit einem starken Akzent ansprach: Sie sind ein Schauspieler. Ich antwortete: Nein, ich bin Fotomodell. Aber sie beharrte: Sie sind Schauspieler. Es stellte sich heraus, dass es die italienische Regisseurin Lina Wertmüller war.



«Ich habe entdeckt, dass es nichts Schöneres gibt, als mit guten Freunden im

Deshalb Ihre Karriere in Italien!

Ja, 1981 landete ich dann in Rom, in der Cinecittà, wo ich in einem Film mit Sophia Loren mitspielen sollte. Wegen dem Skandal um den Zusammenbruch des Banco Ambrosiano wurde der Film allerdings nie fertiggedreht – und ich war irgendwie erleichtert, denn nach wie vor fühlte ich mich nicht als Schauspieler, sondern als Fotomodell.

Aber Sie sind doch in dieser Zeit Schauspieler geworden.

Ich bekam weitere kleine Rollen, und weil ich als Schweizer pünktlich auf dem Set war und auch den bescheidenen Text gut auswendig gelernt hatte, bekam ich im nächsten Film eine etwas grössere Rolle und so weiter. 1984 spielte ich dann in der Westernkomödie Arrapaho meine erste Hauptrolle.

Und blieben in Italien?

Ich dachte während dieser Zeit gar nie daran, in der Schweiz zu arbeiten. Ich hätte auch nie die selben Möglichkeiten gehabt wie im Ausland. Ironischerweise bot mir 1989 meine neue Schweizer Agentur Fotogen, welche mich noch wenige Jahre zuvor nicht als schwarzes Modell hatte engagieren wollen, den Job des Männer-Direktors an. Damit schloss sich ein Kreis, und endlich hatte ich auch in der Schweiz die Möglich-



Garten oder vor dem Kaminfeuer zu sitzen, ein Gespräch zu führen, ein Glas zu trinken und eine Zigarre zu rauchen»: Genussmensch Urs Althaus.

keit, einen Beruf auszuüben, in dem ich meine Talente einsetzen konnte. Dies erleichterte mir auch den Ausstieg aus dem Modeln. Allerdings kam ich auch während der Zeit, in der ich in Italien lebte, regelmässig nach Klosters zurück, zuerst in die Ferien. Später nahm ich dann dort auch meinen Wohnsitz.

Und heute arbeiten Sie auch mehrheitlich wieder hier?

Vor einigen Jahren habe ich mich entschlossen, den Schauspielerverbänden SSVF und SBKV beizutreten. Man fragte mich: Haben Sie denn schon einmal gespielt? Und ich antwortete: in etwa dreissig Filmen. Nachdem ich aufgenommen worden war, kamen Leute wie der Regisseur Markus Imhof auf mich zu und sagten: Wir haben ja gar nicht gewusst, dass du Schweizer bist...

Was machen Sie heute alles?

Im März war mein neuer Kino-Film «L'Allenatore nel Pallone 2» die Nummer zwei am Box Office in Italien. Auch in diesem spielten die aktuellen Fussballgötter Totti, Del Piero, Ancelotti und wie sie alle heissen, mit. Vor etwa eineinhalb Jahren bekam ich das Angebot des deutschen Seeliger-Verlags, meine Biografie zu schreiben. Über mein Leben und über Rassismus im Business. Ich war völlig überrascht und hatte keine Ahnung,

wie die auf diese Idee kamen. Ich traf mich dann mit Leuten von diesem Verlag und sagte: Eigentlich müsste man die Geschichte meiner Mutter aufschreiben, die ist viel interessanter als meine, die Geschichte einer Frau, die sich Mitte der Fünfzigerjahre entschloss, ins katholische Altdorf zu gehen und mich dort allein grosszuziehen...

... was damals überhaupt keine Selbstverständlichkeit war!

Absolut nicht. Heute wird ein Hollywood-Star, der mit einem farbigen Kind durch Beverly Hills spaziert, bewundert und applaudiert. Meine Mutter musste noch hart kämpfen und wurde anfänglich sicher schräg angeschaut. Worauf der Verlagsmitarbeiter antwortete: Herr Althaus, aber das ist ja grossartig, das muss selbstverständlich in das Buch hinein, Ihre Mutter ist ja ein Vorkämpferin für ihre Sache wie Sie für die Ihre. Dann habe ich eingewilligt.

Und Sie haben die Biografie selber geschrieben?

Ja, es war mir wichtig, ich wollte ehrlich und transparent sein. Zum Schluss waren es dann 800 Seiten. Die habe ich jetzt zusammen mit meiner Ko-Autorin Lydia Lemke in den letzten fünf Monaten auf 440 Seiten gekürzt. Und vor Kurzem kam jetzt der Bescheid vom Lektorat: Ihr habt ausgezeichnete-

Arbeit geleistet, bis auf ein paar schweizerische Ausdrücke muss man nichts ändern. Das macht mich stolz.

Was tun Sie jetzt, da das Buch fertig ist?

Nach Erscheinen des Buches wird es sicher Lesungen und Tourneen geben. Daneben arbeite ich seit Kurzem für eine Kommunikationsagentur, diese Tätigkeit ist für mich ideal. Wenn ich dazu noch gelegentlich einen Film machen könnte, wäre ich absolut happy.

Wo sind Sie heute zu Hause? In Altdorf? Überall in der Welt?

Ich war an vielen Orten zu Hause. Ich lebte fünf Jahre in Rom, zehn Jahre in New York. In Klosters lebe ich seit etwa zwölf Jahren, erst vor Kurzem habe ich mein Haus dort verkauft. Zurzeit verbringe ich viel Zeit bei meiner Mutter in Altdorf, wo ich übrigens auch meine Biografie geschrieben habe, und ich überlege mir, fest in den Kanton Uri zu ziehen.

Dort haben Sie ja mit dem Projekt Gotthardlocations eine ziemlich interessante Idee lanciert. Worum geht es genau?

Der ägyptische Investor Sami Sawiris plant ja ein Resort der Spitzenklasse in Andermatt und will dort 400 Millionen Fran-

ken investieren. Das sollte der Kanton Uri nutzen, denn ich bin überzeugt, dass diese Region mit ihren Bergen und Seen und dem neuen Andermatt die Chance hat, sich als Location für Filme sowie für Mode- und Werbeproduktionen zu etablieren. Sie ist gerade zu prädestiniert dazu. Die Lage ist erstklassig: In einer halben Stunde ist man in Luzern, in einer Stunde in Zürich, in zwei in Mailand. Übrigens habe ich in diesem Bereich bereits Erfahrung; auch in Klosters habe ich Produktionen wie Modekataloge organisiert. Deshalb habe ich dieses Projekt zusammen mit Tourist Info Uri entwickelt und dem Regierungsrat vorgeschlagen. Ich selber würde das Projekt Gotthardlocations als Berater unterstützen.

Urs Althaus, last but not least sprechen wir ja auch mit Ihnen, weil Sie gern Zigarren rauchen. Wie lange schon und wie sind Sie auf den Geschmack gekommen?

Auf den Geschmack gekommen bin ich eher spät. In Klosters hatte ich gute Freunde, die immer die besten Zigarren dabei hatten. Und dort entdeckte ich, dass es nichts Schöneres gibt, als mit guten Freunden im Garten oder vor dem Kaminfeuer zu sitzen, ein Gespräch zu führen, einen guten Wein oder Whisky zu trinken und eine Zigarre zu rauchen.

Sie haben als Ort für dieses Interview die Zino-Platinum-Lounge in Dietikon vorgeschlagen. Warum gerade dieser Ort?

Das passt mir und passt zu mir. Mich beeindruckt die Biografie von Zino Davidoff – da sehe ich Parallelen zu meiner eigenen: Auch er musste weg aus der Heimat, um seine Ziele zu erreichen. Auch er hat sich von bescheidenen Verhältnissen nach oben gearbeitet. Aber dann gefallen mir auch die Clubs und Lounges dieser Marke, elegant und modern. Dies entspricht genau der Philosophie von Zino Platinum, die beste Zigarren-Tradition mit einem modernen urbanen und jungen Geist verbindet. Eine ausgezeichnete Form von Branding. Diese Zigarren sind übrigens auch in der Filmwelt sehr en vogue.

Was rauchen Sie am liebsten?

Am liebsten Davidoff, natürlich. Von denen mag ich die Nummer 3 sehr gern und die Aniversario No. 2. Aber ich rauche auch gern mal eine Zigarette oder einen Zigarillo.

Sie sehen aus, als ob Sie ein Genussmensch wären. Beschreiben Sie bitte, was Sie empfinden beim Rauchen!

Ich rauche gern, wenn ich mich gut fühle, und ich fühle mich gut, wenn ich rauche. Zum Beispiel, wenn ich nach Hause komme und mir etwas Gutes tun will. Ich bin tatsächlich ein Genussmensch, und man soll sich gelegentlich selber verwöhnen. Rauchen ist etwas sehr Persönliches, es hat mit Freiheit zu tun. Ich liebe die Berge, im Sommer wandere ich gern, im Winter fahre ich gern Ski abseits der Piste. Und wenn ich aufgestiegen bin und den Gipfel erreicht habe, setze ich mich eine Viertelstunde hin und genieße die Ruhe, den Blick – und eine Zigarre oder einen Zigarillo. In diesem Moment kann es nichts Schöneres geben.

URS ALTHAUS

Urs Althaus, Jahrgang 1956, wuchs in Altdorf im Kanton Uri auf. Er wollte Fussballer werden und schaffte es bis in die Reservemannschaft des FC Zürich, ein Unfall setzte diesem Traum allerdings ein rasches Ende.

Dafür schaffte er den Einstieg ins Fotomodell-Geschäft, und 1977 war er das erste schwarze Model auf dem Cover des US-amerikanischen Magazines GQ. Er arbeitete unter anderem für Calvin Klein, Valentino, Gucci, Armani und Yves Saint Laurent. Später wurde er Schauspieler und spielte in insgesamt gut einem Dutzend vor allem italienischer Filme. Highlights in seiner Karriere waren etwa die Rolle des brasilianischen Fussballers Aristoteles in «L'Allenatore nel Pallone» des Regisseurs Sergio Martino 1984. Dieser Film wird noch heute in Italien regelmässig im Fernsehen gezeigt. Dann vor allem die Rolle des Venantius in «Der Name der Rose» mit Sean Connery in der Hauptrolle 1986. Im Frühling 2008 folgte «L'Allenatore nel Pallone» Nummer 2.

Daneben betätigte sich Urs Althaus als Geschäftsmann: So war er Mitinhaber und Geschäftsführer der grössten Schweizer Model-Agentur Option und Chef der Agentur Fotogen. Heute ist er unter anderem Manager des Schweizer Topmodels Roc Montandon und seit Kurzem auch Partner der Kommunikationsagentur Gate 4 Communications, die in PR, Sponsoring, Eventorganisation und Künstlervermittlung tätig ist.

In den letzten eineinhalb Jahren hat Urs Althaus seine Biografie geschrieben, die im Oktober im Seeliger Verlag erscheinen wird. Der Arbeitstitel heisst: «Ich, Urs Althaus». Mit dem Projekt Gotthardlocations will er jetzt seinen Heimatkanton Uri als Standort für Film- und Fotoaufnahmen positionieren. Den Urner Behörden hat er die Idee bereits schmackhaft gemacht.



Suisse Tabac

Public Day, der Tag für Geniesser
Sa. 13. September 2008
Gratis-Eintrittskarte
anfordern bei info@suissetabac.ch

Schweizer Fachmesse für gehobenen Rauchgenuss

13. – 15. September 2008
Congress Center Basel, Halle 4.1

Die SuisseTabac ist die Schweizer Fachmesse für gehobenen Rauchgenuss und somit der Treffpunkt für Geniesser.

Verschaffen Sie sich einen Überblick über Neuheiten und Trends in der Welt des Tabakgenuss.

Das sollten Sie sich nicht entgehen lassen:

- Zigarren
- Zigarillos
- Zigaretten
- Pfeifen
- Raucheraccessoires (Humidore, Feuerzeuge etc.)
- Zigarettenpapier
- Feinschnitt
- Pfeifentabak
- Schnupftabak

Öffnungszeiten:

Sa. 13.09.2008 12 - 19h

So. 14.09.2008 10 - 19h

Mo. 15.09.2008 10 - 18h

Eintritt: CHF 20.00

Infos:

www.suissetabac.ch

Am Samstag, 13. September sind die Türen nicht nur für die Fachbesucher sondern auch für alle Geniesser und Aficionados geöffnet.

Datum in die Agenda eintragen und unter info@suissetabac.ch
jetzt schon Ihre Gratis-Eintrittskarte anfordern.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

www.suissetabac.ch





EIN GUTES GESCHÄFT,

die Geschäftsfliegerei

Die Flugindustrie leidet unter den hohen Kerosinpreisen – ein Segment allerdings gedeiht prächtig: Die Geschäftsfliegerei. Den Managern ist ihre Zeit so kostbar, dass sie für gesparte Stunden auch mal Tausende von Franken hinblättern.

TEXT: ROGER WERNLI

Ende Mai traf sich die Branche zum jährlichen Ereignis, zur EBACE, der European Business Aviation Convention & Exhibition, auf Deutsch: Europäische Messe und Ausstellung der Geschäftsfliegerei. Und die drei Tage waren ein Erfolg: 440 Aussteller, so viele wie noch nie, und fast 14 000 Besucher, ein Plus von 21,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr, meldeten die Veranstalter nach dem Abschluss.

Die EBACE wirbt nicht gerade bescheiden mit dem Slogan «Business Aviation – Europe's Engine for Growth», also Geschäftsfliegerei, Europas Wachstumsmotor. Und in der Tat, sie spiegelt den Boom ihrer Branche. Denn: Die übrige Branche schwächelt, insbesondere Fluggesellschaften und Hersteller klagen vor allem über die gestiegenen Treibstoffpreise, allein in den ersten sechs Monaten des Jahres 2008 melde-

ten 25 Fluggesellschaften weltweit Konkurs an, andere schlossen sich zusammen, um den Kostendruck abzufedern. Mitte dieses Jahres korrigierte der Branchenverband IATA seine Prognose über einen Jahresgewinn 2008 der Mitglieder von 4,5 Milliarden Dollar auf einen Verlust von 2,3 Milliarden Dollar und rechnet mit einem Passagierwachstum von nur noch 3,9 Prozent – 2007 waren es gegen 7 Prozent.

Ganz anders die Businessfliegerei: Nicht nur die Besucherzahl auf der EBACE, auch das eigentliche Geschäft verzeichnet Rekorde. Für dieses Jahr rechnet der US-Flugkomponenten-Hersteller Honeywell, dessen Marktprognosen als verlässlich gelten, mit einem Absatz von 1300 Maschinen, und für die nächsten zehn Jahre jeweils etwa mit dem selben Volumen, also mit einem Total von 12 000 Stück – in den

letzten zehn Jahren waren es ungefähr die Hälfte. Europaweit machen Business-Flüge bereits knapp 8 Prozent aller Flüge aus.

Als Grund für diese Entwicklung geben die Fachleute in erster Linie die Zeitersparnis an, die auf verschiedene Faktoren zurückzuführen ist. So fällt stark ins Gewicht, dass viele der von Geschäftsleuten benutzten Routen mit Linienflügen nicht oder nicht direkt gemacht werden können. Als Indikator können die zur Verfügung stehenden Flugplätze herangezogen werden: In der Schweiz haben nur gerade Zürich, Genf und Basel einen dichten Fahrplan an Linienflügen; wer mit einer kleineren Businessmaschine unterwegs ist, kann ausser diese grossen Plätzen kleinere anfliegen wie Lugano, Bern, Grenchen, St. Gallen, Altenrhein, Samedan, Lausanne und Sion. In ganz Europa sind auf diese Weise rund tausend Plätze erreichbar. Damit ist es möglich, viel näher an den Zielort heranzukommen und Auto-Transferstunden zu sparen.

Dann sind auch die Abfertigungszeiten viel kürzer. Die Wege vom Parkplatz zum Check-in sind viel weniger lang als die für die normalen Passagiere, die Sicherheitskontrollen werden rascher durchgeführt, man muss sich nicht eine Stunde vor Abflug einfinden, man muss sich weder beim Einchecken noch vor der Kontrolle in einer Schlange die Fü-

Anscheinend ist die Zeit der Chefs derart kostbar, dass sie für diese gewonnenen Stunden viel Geld zahlen. Das Wirtschaftsmagazin «Bilanz» hat im Mai dieses Jahres die Preise für verschiedene Destinationen errechnet und ist auf folgende Zahlen gekommen: Zürich – New York einfach kostete damals mit einem Linienflug in der Business-Klasse

Anscheinend ist die Zeit der Chefs so kostbar, dass sie dafür viel Geld zahlen.

se in den Bauch stehen, man muss nach dem Landen nicht halbstundenweise am Gepäckband auf den Koffer warten, wenn man denn überhaupt mehr als nur das Bordgepäck mit sich führt. Ein US-amerikanisches Beratungsunternehmen hat diesen Unterschied pro Flug auf eine Stunde für Business- gegenüber mehr als drei Stunden für Linienflieger errechnet.

pro Person ab 2700 Franken, ein Businessflug mit der Gesellschaft NetJets 70 000 Franken, allerdings mit einer Maschine mit 19 Plätzen. Würde diese Maschine gefüllt, was wohl kaum je vorkommt, käme ein Ticket noch auf knapp 3700 Franken zu stehen. Noch krasser wird der Vergleich, wenn der Geschäftsmann auch wieder nach Hause kommen will, denn NetJets verlangt dann ein-



Auch die Grossen mischen mit im Geschäft mit der Geschäftsflierei: Eine Boeing 737-700/BBJ, registriert in Dubai.



Foto: Java/Duke

Bitte einsteigen: Der grosse Vorteil des Business-Jets ist, dass er genau dann zur Verfügung steht, wenn man ihn braucht.

fach den doppelten Preis, während ein Linien-Retour-Ticket nur gerade 1000 Franken mehr als das einfache kostete.

Weiter betrachtete die Bilanz auch ein «extremes» Beispiel, einen Flug Genf – Turin. Extrem deshalb, weil es zwischen diesen beiden Städten, die nicht einmal 200 Kilometer voneinander entfernt liegen, keine Linienverbindung gibt. Der Flug führte also etwa mit Lufthansa über München und dauerte inklusive Fahrt zum und vom Flughafen 5 Stunden 40 Minuten gegenüber 1 Stunde 30 Minuten für den Businessflug. Hier sähe auch der Preisvergleich für das Business-Modell attraktiver aus, denn einem einfachen Business-Linien-Ticket für 1700 Franken (mit Rückflug gar nur 1400 Franken) stünden 4900 Franken für ein 8-plätziges Geschäftsflugzeug gegenüber, bei Vollbesetzung kostet da ein Platz noch gut 600 Franken.

Da die Nachfrage sehr gross ist, zeigt sich auch das Angebot breit. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, nicht mit Linie zu fliegen:

- **Lufttaxi-Dienst:** Flüge werden, wie es der Name sagt, mehr oder weniger spontan gebucht, wenn man sie braucht. Diese Form empfiehlt sich für Unternehmen, die nur selten flie-

gen, als Faustregel gelten weniger als 25 Stunden pro Jahr.

- **Modell DayJet:** Diese US-Gesellschaft unterhält eine Flotte von kleinen Flugzeugen mit wenigen Sitzplätzen, für die sie die laufend eintreffenden Bestellungen möglichst effizient bündelt. Das heisst, DayJet kennt keinen festen Flugplan, sondern erstellt ihn flexibel, «on demand».
- **Flugstunden-Budget:** Man kauft eine bestimmte Anzahl Flugstunden pro Zeiteinheit, etwa pro Jahr, die man dann nach Bedarf verfliegen kann.
- **Flugzeug-Mit- oder Einzelbesitz:** Unternehmen, deren Manager häufiger fliegen, können sich mit anderen zusammen ein oder mehrere Flugzeuge teilen. In der Regel besorgt eine spezialisierte Firma die ganze Abwicklung von der Wartung über den eigentlichen Flug bis zu den Formalitäten. Ganz grosse Unternehmen leisten sich sogar ihre eigene(n) Maschine(n).

Ein starker Player auf dem Markt ist NetJets Europe, mit 130 Maschinen die grösste Gesellschaft in diesem Segment. NetJets bietet denn auch verschiedene dieser Varianten an, vorallem das Teilei-

gentum, aber auch das Flugstunden-Budget. Dass die Branche boomt, zeigen auch und gerade die Geschäftszahlen dieses Unternehmens: So verdreifachte sich der Gewinn von 2006 auf 2007, und 2008 soll er noch einmal stark wachsen.

Eine neue Generation von kleinen, billigen Flugzeugen steht startbereit

Einen kräftigen Schub erhofft sich die Industrie von einer neuen technischen Entwicklung: von einer zukünftigen Generation von kleinen, besonders leichten und billigen Maschinen, auf englisch als Very Light Jets VLJ bezeichnet. Es sind meist zweistrahlige Düsenflugzeuge mit kompakten aber leistungsfähigen Antrieben, die gegenüber konventionellen auch deutlich weniger Treibstoff verbrauchen. Und auch in der Anschaffung sind sie mit Preisen ab rund eineinhalb Millionen Franken richtig billig im Vergleich.

In den USA sind sie bereits weit verbreitet, DayJet beispielsweise (siehe oben) setzt auf diese Leichtflugzeuge und zählt zu den grössten Abnehmern des darauf spezialisierten Herstellers Eclipse. Dieses, erst 2004 gegründete Start-up-Unternehmen will nach Aussage seines CEO Vern Raburn das «Ford-

Modell-T», also gewissermassen den «Volkswagen» der Lüfte bauen: das am günstigsten herzustellende aber auch zu betreibende Flugzeug. Sein Erfolg hat rasch etablierte Hersteller wie Embraer und Cessna, aber auch andere Newcomer wie Honda auf das Segment aufmerksam werden lassen.

Dies ermöglicht ganz andere Tarifmodelle. Da die Flugzeuge meist kürzere Strecken fliegen, erübrigen sich platzraubende Einbauten wie eine Küche, und auch der Service kann auf ein Minimum reduziert werden. Wie Easyjet bieten solche Gesellschaften nur gerade den nackten Flug von A nach B an, dafür sind auch die Preise tiefer. Seit diesem Sommer führt etwa das Unternehmen Blink Taxi-Flüge zu Preisen durch, mit denen es die Business-Class-Liniensickets konkurrenzieren will.

Genau wie auf den Strassen dürfte aber der Mehrverkehr auch in der Luft zu Verstopfungen und zu anderen Problemen führen: Bereits im übernächsten

Jahr, so die Prognosen, könnten die neuen VLJ in Europa mehrere hundert zusätzliche Flüge verursachen, was den Luftraum strapazieren würde. Denn diese Maschinen fliegen in ähnlichen Höhen und auf den gleichen Luftstrassen wie die Linienflieger, allerdings mit tieferen Geschwindigkeiten.

Auch die Grossen der Branche wollen am lukrativen Geschäft teilhaben

Am anderen Ende der Skala sind die Grossen zu finden, sowohl unter den Herstellern und ihren Maschinen wie unter den Gesellschaften. Von diesen hat Mitte dieses Jahres beispielsweise Swiss angekündigt, man werde für die Mutter Lufthansa eine eigene Business-Airline in die Luft bringen mit einer Flotte von kleinen Maschinen mit 4 bis 12 Plätzen. Und das Kontrastprogramm zu den VLJ sind die Grossflugzeuge von Boeing und Airbus, welche als Privatjets gebaut und genutzt werden. Berühmt ist hier das Beispiel des Saudis

Alwaleed Bin Talal, mit laut Magazin Forbes einem Vermögen von 20 Milliarden Dollar reichster Mann der arabischen Welt. Er hat im letzten Oktober als erste Privatperson der Erde einen Airbus A380 gekauft, das grösste Passagierflugzeug der Welt, das in der Sardinienbestuhlung gegen 1000 Personen transportieren kann. Alwaleed bin Talal orderte allerdings die Version Flying Palace – der Name sagt alles: Die ihm zur Verfügung stehenden 550 Quadratmeter werden zweifellos zu einem echten fliegenden Palast werden.

Ob billige Business-Lufttaxi oder VIP-Jumbos für die Superreichen: Für die Geschäftsfliergerei – und, dies sei nicht vergessen: auch für die Shopping- und Wochenendausflüge der Vermögenden – ist offensichtlich genügend Geld vorhanden. Die Prognose ist nicht gewagt, dass sich die Branche im nächsten Frühjahr wieder über eine höchst erfolgreiche EBACE mit Rekordzahlen freuen kann. ●



Das fliegende Sitzungszimmer: Eine Cessna Citation CJ3 mit Platz für bis zu acht Passagieren.

SWISS HELICOPTER



GESCHÄFTSFLIEGEREI bedeutet nicht nur Trips im Flugzeug zwischen verschiedenen europäischen Zentren: Für kürzere und kürzeste Distanzen werden oft Helikopter eingesetzt. In diesem Segment gibt es seit diesem Sommer ein neues Angebot in der Schweiz, die Swiss Helicopter, ein Zusammenschluss der sieben Gesellschaften Air Grischa, Air Grischa Engiadina, Bohag, Eliticino, Heli Gotthard, Heliswiss und Rhein Heli.

ALL DIESE GESELLSCHAFTEN sind bereits mit ihren eigenen Marken im Geschäft mit touristischen und Taxiflügen sowie Materialtransporten tätig. Jetzt wollen sie ihre Aktivitäten unter der gemeinsamen Dachmarke bündeln. Sie verfügen über insgesamt 40 Maschinen an 13 Standorten, über 200 Mitarbeiter und 250 sofort buchbare Angebote.

Vor allem **AUSLÄNDISCHE FLUGGÄSTE** finden sich in zu kleinräumigen Angeboten nicht zurecht, jetzt haben sie mit Swiss Helicopter einen einzigen Ansprechpartner. Zusätzlich wollen die Unternehmen durch die Zusammenlegung ihrer Marketing-Aktivitäten ihre Produkte besser vermarkten und den Bekanntheitsgrad steigern.

ZIELGRUPPEN sind in erster Linie zahlungskräftige Privat- und Geschäftskunden, Einzelpersonen und Firmen oder Gruppen, in der Schweiz. Clever ist das Geschäftsmodell, indem das Unternehmen, wie CEO Willi Gredig sagt, auf einem «Milizsystem» basiert. Was heisst, dass nur Verkauf und Marketing bei einem Geschäftsführer zentralisiert werden, die Gesellschaften stellen Teilzeit-Manpower und Geld zur Verfügung, und die gesamte Infrastruktur bleibt bei ihnen. www.swisshelicopter.ch



REPÚBLICA  DOMINICANA
VEGAFINA
HECHO A MANO

The Royal Cigar Company GmbH
Emil Frey-Strasse 163
4142 Münchenstein/Schweiz
Tel.: +41 61 413 82 53
Fax: +41 61 413 82 52
Email: royal@cigarcompany.ch

Ein Lob der BUSINESSCLASS

Fliegen ist eine Qual – aber jede Qual lässt sich mit etwas Komfort bequemer meistern. Warum die Businessclass das kleinere Übel ist, obwohl die hohen Preise schmerzen.

TEXT: PETER TSCHARNER

Das Schicksal schlägt manchmal hart und mit aller Deutlichkeit zu. Und das Schicksal tritt an mich heran in der Gestalt des Chefredakteurs: «Nein, das liegt nicht drin, du fliegst Economy wie wir alle anderen auch.» Der hat natürlich gut reden, mit seinen jungen Knochen, noch nicht mal ganz fünfzig ist er. Und übrigens, ganz im Vertrauen gesagt, der Allergrösste ist er auch nicht. Aber bitte: Selbst ist der Mann und ein Telefon hat man ja schliesslich auch. Und Kontakte. Zum Beispiel den wunderbaren Kontakt zu Paola. Die ist Sales Managerin der Jet Airways und Quelle der Freude – der Freude, nicht Economy fliegen zu müssen.

Denn das Schlimme am Fliegen ist ja nicht die Angst abzustürzen. Dass Fensterputzen zuhause gefährlicher ist als einmal um die Welt jetten, kann heute schon jedes Kind unter Zuhilfenahme der Leibnizschen Infinitesimalrechnung aufzeigen. Nein, wirklich das Allerschlimmste, das einem passieren kann, ist in einem Flughafenshop die Werbung für die «Scholl Travelsocks» zu sehen, die gegen Ödeme, Flug-Mikroangiopathie und Beinvenenthrombose angepriesen werden – mit der höflichen Empfehlung, während des Flugs zusätzlich zu den Travelsocks «zu viel Tee, Kaffee oder Alkohol zu meiden». Und sich dann, solcherart erschreckt, ja verängstigt in gefühlte siebeneinviertel Zentimeter Beinfreiheit zu quetschen.

Nein, Fliegen an sich ist ganz einfach unnatürlich, wenn Gott, die Natur oder Bill Gates gewollt hätten, dass wir fliegen, könnten wir dies mit eigenen Flügeln tun und ganz bestimmt nicht eingezwängt in eine Konservendose. Aber

wenn's denn schon sein muss und wenn der Flug wirklich ein Flug und nicht nur ein stündiges Hüpfchen ist, dann muss die Businessclass her.

Das mag ja jetzt etwas spiessig klingen. Und ich möchte auch keineswegs so weit gehen wie Heiner, ein grosser Schweizer Werber, der gerne an offiziellen Anlässen lauthals verkündete, er fliege «doch nicht im Anhänger» – wobei der Anhänger für ihn heute zumindest auf Europaflügen wohl gleich hinter der Pilotenkanzel beginne würde, denn ausser First-Class kam für den schrulligen, stets zerzausten Kreativen eigentlich nichts in Frage, auf Kosten der Kunden natürlich, die das wirtschaftlich nicht alle überlebt haben.

Apropos wirtschaftlich: Ja, Business ist teuer, sogar wahnsinnig und überrissen teuer. Ich würde mir eigentlich auch lieber eine IWC-Portugieser kaufen, als für das gleiche Geld nach New York zu fliegen. Doch mit einer gehörigen Portion Selbstmitleid verzichte ich Jahr für Jahr auf die Portugieser, nur um dann mein privates und vor allem privat bezahltes Businessclass-Vergnügen mit irgendwelchen Kofferträgern zu teilen, die ihre 385-seitigen Powerpoint-Präsentationen pflegen, anstatt sich – ganz ohne «Travelsocks» – dem freundlichen Lächeln der Stewardessen oder wie die heute heissen, hinzugeben. Und dem Genuss richtiger Weine. Denn Lächeln und Alkohol scheinen den Sprung über den Klassenvorhang irgendwie nicht gut zu überstehen.

Aber die Businessclass heisst ja so, weil man in der Regel nur auf Spesen fremder Aktionäre das Geld so freigiebig ausgibt. Und das scheint eine doch eher neue Erfindung zu



Nicht ganz so breit, aber sicher so bequem wie das eigene Bett zu Hause: Der Businessclass-Sitz bei Swiss bietet viel Komfort.



Einen schönen, guten Morgen: Die Bordküche von Jet Airways macht ihre Sache sehr gut und das Frühstück zur wahren Freude, das Personal...

sein, wie Wikipedia grosszügig verrät: Die erste Businessclass wurde 1979 durch Qantas eingeführt, der Überlieferung nach eine etwas komfortablere Sitzvariante, was den Verdacht aufkommen lässt, dass die anderen Aussies auf Holzsitzen transportiert wurden.

Jeder selbstbezahlte Business-Flug schmerzt in dem Moment, in dem die Rechnung bezahlt werden muss. Aber einerseits sind mir viele Business-Langstreckenflüge meines Lebens irgendwie positiv in Erinnerung geblieben, sogar der denkwürdige Flug mit einer buntgemischten asiatischen Journalistenschar, als der nicht ganz alkoholresistente indische Wirtschaftsredaktor von Singapur in den heftigen Turbulenzen zwischen Bangkok und Manila der kleinen japanischen Kochjournalistin über die Prada-Schühchen kotzte. Und ich zwischen Englisch (Singapur) und Französisch (Japan) freundliche Flüche austauschen und übersetzen durfte. Und andererseits ist die Businessclass heute etwas ganz anderes als noch vor zwei Jahrzehnten: Damals flog man mit Swissair in sperrigen, klobigen Business-Sesseln, die sich für die Nacht gerade mal knapp in eine leichte Schräglage bringen liessen.

Heute bieten – wie auf dem launigen Webauftritt www.vor-nesitzen.de zusammengestellt ist – schon viele Fluggesellschaften das Privileg in ihren Businessclasses an, das früher den Erstklasspassagieren vorbehalten blieb: einen Sitz, der sich ganz und gar flach falten lässt und genügend Abstand lässt zum Vordersitz für «richtigen» Schlafkomfort – und manche nennen diese Klasse sogar «Businessclass», wie etwa United, Singapore Airlines oder Cathay Pacific, andernorts kommen allerlei Phantasienamen zum Zug, wie «Upperclass» (Virgin Atlantic), Premiumclass (South African Airlines), «Crownclass» (Royal Jordanian), «Club World» (British Airways), «Business Premier» (Air New Zealand) oder schlicht «Première» wie Jet Airways.

Womit wir zurück bei Paola wären, die den Schlüssel zu dieser Première-Klasse in der Hand hält und diesen einsetzt, was mich natürlich eine Portion Luxemburgerli von Sprüngli an der Bahnhofstrasse kostet, mir aber gleich zweifaches Glück beschert – der Herr Chefredakteur kann mich mal mit seiner Economy und ich geniesse garantiert eine der besten Businessclasses, die's heute gibt. Das neue Kabinendesign der Jet Airways ordnet die Sessel leicht diagonal an, was einer-



...ist von ausgesuchter Höflichkeit. Und beim Einschlafen kann man sich auf eine gute Nacht freuen.

seits unbeschränkte Beinfreiheit ergibt und andererseits viel Privatsphäre. Mit einer Länge von 185 Zentimetern und einer unerreichten Breite von 90 Zentimetern lassen sich die Sitze automatisch in ein 180-Grad-Bett mit Wirbelsäulenunterstützung und Massagesystem verwandeln.

Die Küche ist (nicht nur für ein Flugzeug) exquisit, serviert wird auf echtem Bernardaud-Porzellan, das alkoholische Angebot reicht über Dom Pérignon bis zu einer kleinen, aber feinen Kollektion von Single Malt Whiskys. Und weil ich ja (leider) diesmal nicht die ganze Reise mit Essen, Trinken und Schlafen verbringen kann, genieße ich für einmal auf dem Flug von Brüssel nach New York das voll ausgestattete virtuelle Büro mit Anschluss für das MacBook, Telefon, SMS, E-Mail sowie Live Text News – allerdings nur bis ich sehe, dass die indische Fluggesellschaft rund 200 Stunden Spiel- und Bollywoodfilme im Angebot hat.

Wie die Jet Airways laborieren gegenwärtig viele Fluggesellschaften an ihrer Businessclass herum – ein Upgrading ist definitiv überall dort angesagt, wo komfortables Schlafen nicht möglich ist. Die Swiss etwa will schon 2009 auf einem

Drittel der gesamten Langstreckenflotte ein Zweimeter-Bett über den Wolken anbieten, mit einem weltweit einzigartigen Luftkissen über die ganze Länge. Ob hart wie ein Futon oder weich wie ein Himmelbett, alle möglichen Nuancen können je nach Wunsch eingestellt werden. Zudem verfügt der Sitz über eine integrierte Massagefunktion.

Und natürlich bieten alle Airlines ihren Businessclass-Passagieren alle erdenklichen Kinkerlitzchen rund um den Flug an, vom bevorzugten Check-in bis zu grandiosen Business-Lounges in den Flughäfen – mich interessiert das allerdings alles nicht, wenn ich fliege, dann, weil ich es muss, um irgendwohin zu kommen. Und ein Aufenthalt im Flughafen-gebäude dient mir eigentlich sowieso nur dazu, das Zigarren-Angebot in den Shops abzuchecken. Da kann mich auch Paola nicht umstimmen mit der tatsächlich sehenswerten Jet-Aviation-Lounge in Brüssel.

Und wenn ich schon dabei bin: Nie im Leben würde ich First fliegen, das ist doch snobby – zumindest nicht, wenn ich's selbst bezahlen müsste. Ausser vielleicht, wenn's mir der Chefredakteur ausdrücklich befehlen würd'...



BOSSNER

Limited edition
ROLANDO
2008


BOSSNER



BLACK IS BEAUTIFUL

– die kleine Schwarze ist hip

Was trägt das It-Girl beim Botschaftsempfang zu ihren It-Shoes und dem It-Bag? Selbstverständlich das kleine Schwarze. That's it! Was trägt aber Mann? Natürlich die kleine Schwarze! Was sonst?

TEXT: JÖRG PANNIER

Die meisten passionierten Pfeifenraucher schwärmen für helle, fein gemaserte Straight-Grain-Pfeifen. Makellos müssen sie sein, denn jeder noch so kleine Fehler fällt an solchen Pfeifen sofort unangenehm auf. Helle Pfeifen gelten als die kostbarsten und schönsten Pfeifen überhaupt – und sie haben natürlich ihren Preis, ist doch ihre Makellosigkeit so selten, dass man sie oft einzeln in Vitrinen aufbewahrt.

Die schwarzen Pfeifen haben das gewisse Etwas

Nun könnte man meinen, dass der Gentleman zum Gesellschaftsereignis mit Raucherlaubnis eben jene Pfeifen-Preziosen aus dem Panzerschrank holt. Doch weit gefehlt: Zum Black-Tie-Event packt der Connaisseur eine tief-schwarze Dinner-Pfeife mit seidig glatter Oberfläche ein.

Mag der Hipster mit ausgefallenen hellen Freehands beim Szene-Treff protzen, in der VIP-Lounge herrscht schwarzes Understatement. Men in Black: Smoking, Schuhe, Feuerzeug, Stopfer, Pfeife, alles so schwarz wie die Seele eines Sünders. Schwarze Pfeifen haben alles, was Männer auszeichnet: Klasse, Stil, Eleganz. Nur eines fehlt: die Maserung!

Wirft man einen Blick auf schwarze Pfeifen, die man bezeichnenderweise auch «Dressed» nennt, wird schnell klar, warum man sie zur Gesellschaftspfeife erklärt hat. Die pechschwarzen Pfeifen haben einfach das gewisse Etwas und das, ohne ein «It-Modegag» zu sein. Sie sind zugleich klassisch und modern, unaufdringlich und schlicht, edel und distinguiert. Dabei kommen sie meist in klassischen Shapes daher und passen so hervorragend zur traditionellen Abendgarderobe. Ihre glatte Oberfläche erscheint entweder in seidenmattem Finish oder hochglänzend. Das Mundstück einer solchen «Black Pearl» ist ebenfalls schwarz und trifft exakt den Farbton der übrigen Pfeife. Feine Akzente werden lediglich durch exquisite Silberapplikationen gesetzt, die für jede Pfeife einzeln angefertigt und angepasst werden. Besonders beliebt bei Dinner-Pfeifen sind so genannte Spigots: Eine Silber-Kappe (auch Olive genannt) umfasst den Holm, wo das Steckermundstück eingeführt wird. Der Stecker (Spigot, engl. Zapfen, Spund) ist ebenfalls durch eine Silbermanschette gesichert. Ursprünglich eine Militär-Pfeife, die zur Verstärkung der bruchgefährdeten Stellen Metallmanschetten erhalten hat, sind schwarze Spigots heute besonders

exquisite Pfeifen. Militärisch solide, und doch ist an ihnen alles edel, fein und funktional – wie ein schwarz lackierter Hummer H3 Alpha.

Gewöhnlich gilt die Faustregel, dass Pfeifen, je dunkler sie gebeizt werden, umso preiswerter zu haben sind. Kleine ästhetische Mängel wie Spots fallen an dunklen Pfeifen nicht so auf, da die Maserung kräftig betont wird und Flecken darin quasi verschwinden. Deshalb greifen Pfeifenmacher bei dieser allein aus ästhetischer Sicht «schlechteren» Holzqualität schon mal ganz gern auf die dunkleren Farbtöpfe zurück und geben diese Pfeifen dann etwas preiswerter ab. Muss gekittet werden, bleibt ohnehin nur die dunkle Beize und die Pfeifen werden noch einmal billiger.

Liegt's an der Holzqualität, dass die Pfeife schwarz gefärbt wurde?

Nun mag bei blickdicht schwarz gebeizten Pfeifen der Verdacht aufkommen, dass deren Holzqualität sogar noch schlechter sein könnte, als bei den bloss dunkel gebeizten preiswerten Pfeifen, bei denen man wenigstens noch ansatzweise eine Maserung erkennen kann. Ja, vielleicht haben diese schwarzen Pfeifen nicht einmal eine Maserung, weshalb sie sogar zum Sandstrahlen untaug-



Kein Modegag und trotzdem edel: Die schwarze Pfeife, auch «Dressed» genannt. Klasse, Eleganz und Stil.

Pfeifen mit nahtlos glatten Oberflächen lassen sich nur aus ungekitteten Rohlingen herstellen – an einer glatt geschliffenen schwarzen Pfeife werden auch kleinste Unebenheiten sofort ersichtlich.

lich sind. Paint it black - warum sollte man denn sonst eine Pfeife so einfärben? Was wird da eigentlich verborgen? Und wieso sind zu allem Überflus pech-schwarze Pfeifen dann auch noch vergleichsweise teuer?

Es geht wahrscheinlich auf eine Mischung all dieser Vorurteile zurück, dass Dinner-Pfeifen laut dem Pfeifenhersteller Denicotea auf dem Pfeifenmarkt nur einen winzigen Marktanteil von gerade einmal 2 Prozent besetzen.

Tatsächlich sind schwarze Pfeifen aber ausgesprochen hochwertig, und ihr Preis hat zwei durchaus nachvollziehbare Gründe. Der erste liegt gerade in der hohen Qualität der verwendeten Rohstoffe. Pfeifen mit nahtlos glatten Oberflächen lassen sich nämlich nur aus ungekitteten Rohlingen herstellen. An einer glatt geschliffenen schwarzen Pfeife werden auch kleinste Unebenheiten sofort offensichtlich. Deshalb können in der Produktion ausschliesslich nur Kanteln der Güteklasse «extra» verwendet werden.

Nur beste Holzqualität ist gut genug für eine Marken-Pfeife

Auch wenn man also bei einer schwarzen Marken-Pfeife die Maserung nicht sieht, kann man sicher sein, eine hervorragende Holzqualität zu erhalten. Allerdings weisen die führenden Hersteller auch darauf hin, dass für ihre Dinner-Pfeifen vorwiegend Köpfe ausgewählt werden, die keine herausragende Maserung aufweisen. Tatsächlich wäre es einfach zu schade (und aus kaufmännischer Sicht sicherlich auch unklug), eine makellose Straight-Grain-Maserung in einem noch so schönen schwarzen Dress zu verstecken.

Damit kommen wir zum zweiten Grund für den Preis schwarzer Pfeifen: den höheren Produktionskosten. Bei der Fertigung müssen die Köpfe mehrmals sehr sorgfältig geschliffen werden, bis die gewünschte vollkommen glatte Oberfläche entsteht. Dann werden sie in Handarbeit wiederholt schwarz gebeizt und anschliessend mit Klarlack besprüht. Über die Rezepturen der ver-

wendeten Beizen und Lacke schweigt man sich bei den Herstellern vornehm aus. Auch die Beizverfahren, das mehrmalige Anschleifen und Abflammen wird zumeist nicht weiter erläutert. Dass das Färben der Dinner-Pfeifen jedoch eine ganz besondere Herausforderung darstellt, fällt nicht unter das Betriebsgeheimnis.

Wie jeder Schwarzmaler weiss, ziehen empfindliche Oberflächen, auf denen jedes Stäubchen sichtbar ist, während des Lackierens genau diese Stäubchen wie ein Magnet an. Für das Finish einer schwarzen Pfeife ist das tödlich. Bei Denicotea werden deshalb Beize und Lack sorgfältig bei «Reinraumluftqualität» aufgebracht. Arbeitsbedingungen wie bei der NASA haben natürlich ihren Preis.

Zum Schluss wird die Oberfläche der schwarz gebeizten und lackierten Pfeifen mit Wachs auf Hochglanz poliert. Alexander Eckert von Vauen weist in diesem Zusammenhang auf das handwerkliche Können seiner Mitarbeiter hin, denn um schwarze Pfeifen zu produzieren, braucht man viel Erfahrung und Fingerspitzengefühl. Insbesondere bei eckigen Pfeifenköpfen ist eine sorgfältige und einfühlsame Verarbeitung unerlässlich, da sonst die Kanten beim Polieren blank werden. Eckert bringt es auf den Punkt: «Schwarze Pfeifen müssen wie rohe Eier behandelt werden, da sie ausserordentlich empfindlich sind.»

Die edlen Schwarzen sind nur etwas für besondere Gelegenheiten

Dies sollte auch der Raucher einer solchen Pfeife beherzigen. So wenig wie man seinen Smoking im Büro trägt, wird man dort wohl auch kaum seine Dinner-Pfeife rauchen. Sie ist eben nur etwas für besondere Gelegenheiten.

Transportiert wird sie am besten in einer gut gepolsterten Pfeifentasche, vorzüglich in einer kleinen Tasche für nur eine Pfeife, wo sie besonders geschützt ist. Stopfer, Feuerzeug und vor allem die mit gefährlichen Drahtenden versehenen Pfeifenreiniger wird man



Heikel sind vor allem Transport und Lagerung der schwarzen Pfeifen – geraucht werden können sie

besser gesondert befördern. Manche Hersteller empfehlen zudem noch, die «Dressed» im mitgelieferten Textilbeutel zu transportieren. So werden Kratzer und andere Transportschäden zuverlässig vermieden – wäre doch zu schade, wenn das edle Stück einen Kratzer abbekäme.

Bei aller Vorsicht können schwarze Pfeifen zum Glück geraucht werden wie alle anderen auch. Allerdings kann bei einigen wenigen der Handschweiss die Pfeifen angreifen und deren Oberflächen unter Umständen sogar schädigen.

«Schwarze Pfeifen müssen wie rohe Eier behandelt werden, da sie ausserordentlich empfindlich sind.»



wie jede andere Pfeife auch.

Dies passiert immer dann, wenn der Farbton allein durch Beize entstanden ist. Hier empfiehlt etwa Stanwell bei Farbveränderungen eine professionelle Politur, wie sie durch den guten Fachhandel angeboten wird. Wurde die Pfeife mit Lack versiegelt oder bereits der Beize Lack zugefügt, ist der schwarze Farbton viel haltbarer und unempfindlicher. Markenpfeifen werden in der Regel so hergestellt und gelten weitgehend als «farbecht». Es besteht also kein Anlass, schwarze Pfeifen mit Handschuhen zu rauchen.

Leider gibt es auch unter den Produzenten schwarzer Pfeifen, «schwarze Schafe». Nicht jeder Hersteller hat das notwendige Know-how, um diese anspruchsvollen Pfeifen überhaupt herstellen zu können - und mancher setzt auch ganz bewusst nicht auf Markenqualität, sondern auf Dumping-Preise. So gibt es immer wieder billige, bloss schwarz lackierte Pfeifen, bei denen eine dauerhafte Verbindung der Farbe mit dem Holz nicht gewährleistet ist. Hier blättert schon nach kurzer Zeit der Lack ab, und helles Holz kommt zum Vor-

schein. Noch ein Tipp zur Reinigung: Eigentlich brauchen schwarze Pfeifen hier keine Sonderbehandlung.

Heikle Schwarze: Wenig Licht – und regelmässig etwas Politur

Es empfiehlt sich allerdings, etwas vorsichtiger mit ihnen umzugehen. Vor allem nehmen sie nach dem Rauchen eine Politur mit einem weichen Tuch dankbar auf. Im guten Fachhandel erhält man mit spezieller Pfeifenpolitur imprägnierte Tücher, die man gelegentlich verwenden kann, um den alten Glanz wieder herzustellen. Wenn aber bei intensiver Nutzung doch irgendwann einmal die Pfeife nicht mehr ganz so glänzend aussehen sollte, dann muss man den Pfeifen-Fachmann seinen Job tun lassen. Frisch aufpoliert, sieht sie wieder wie neu aus.

Pfeifen sind ein lichtscheues Volk. Vor allem schwarze Pfeifen sollte man nicht unnötig dem Sonnenlicht aussetzen. Was nicht heisst, dass man sie nur im Dunkeln rauchen darf, aber sie benötigen zur Lagerung schon ein schattiges Plätzchen im Pfeifenschrank. Auch hier hilft unter Umständen der Textilbeutel. Keinesfalls sollte man seine Pfeifen aber im mitgelieferten Karton aufbewahren, da so nicht genug Luft an die Pfeifen kommt. Beachtet man diese Besonderheiten, wird man lange Freude an seiner Dinner-Pfeife haben.

Fazit: Schwarze Pfeifen sind Liebhaberpfeifen, stilvoll, klassisch und von zeitloser Eleganz. Mit einer eher schlichten, aber edlen Optik, aufgewertet durch Silberapplikationen und formschöner Mundstücke, repräsentieren diese Pfeifen eine andere Variante luxuriöser Pfeifenmacherkunst, die sich nonchalant mit einer glatten Meerschampfeife messen kann. Nur, dass die weisse Göttin mit der Zeit errödet, bei entsprechender Behandlung die schwarze Pfeife aber bleibt, wie sie ist. Und auch wenn ihr in gewisser Weise die Individualität einer gemaserten Pfeife abgeht, gehört wenigstens eine Dinner-Pfeife in jeden Pfeifenschrank – wie der schwarze Anzug in jeden Kleiderschrank. ●

DER VORTEIL, am richtigen Ort einzukaufen

Vor über dreissig Jahren hat Oskar Brühwiller aus seiner Leidenschaft den Beruf gemacht. Heute ist er ein ausgewiesener Havanna-Spezialist und ein vehementer Verfechter des offiziellen Imports aus Kuba.

TEXT: ISABELLE HOG

Mit Fug und Recht kann man behaupten, dass die Havannas mit der einzigartigen Qualität ihres Tabaks und mit ihrem Geschmack die besten Zigarren sind», sagt Oskar Brühwiller. Eine gute Zigarre zu rauchen gibt ihm «das Gefühl, die Welt würde für diesen Augenblick ein wenig schöner».

Doch er hält auch nicht mit seiner Kritik hinter dem Berg: «Was mich stört, ist die Vermarktung, die Havannas werden schlecht vermarktet. Man müsste den Konsumenten viel besser kommunizieren, welche Vorteile sie davon haben, wenn sie am richtigen Ort einkaufen.»

Der richtige Ort für den Einkauf, das ist für Oskar Brühwiller der offizielle Importeur. In der Schweiz ist dies die Intertabak AG, die zu 50 Prozent im Besitz des kubanischen Staats und zu je 25 Prozent im Besitz der Villiger-Gruppe und der Diramex der Familie Levy ist. Doch die Intertabak ist nicht nur der offizielle, sondern auch der Exklusivimporteur, der einzige, der von der Habanos SA das Recht zugesprochen bekommen hat, die kubanischen Produkte in die Schweiz einzuführen. Für Brühwiller ist sie deshalb auch «der einzige Lieferant, der uns

Händlern hundertprozentig garantieren kann, dass wir echte und direkt aus Kuba importierte Ware bekommen.»

In Deutschland ist die Situation sehr ähnlich, dort ist die 5th Avenue Products Trading-GmbH die Exklusivimporteurin, an der die Kubaner eine Mehrheits- und die Villiger-Gruppe eine Minderheitsbeteiligung halten.

Ende der Achtzigerjahre gab es noch vier offizielle Importeure, bei denen die Händler bestellen konnten: Dürr, Oettinger-Davidoff, Säuberli und Weitnauer. Dann beschlossen die Kubaner, den Verkauf in den wichtigen Importländern selber in die Hand zu nehmen – und natürlich auch ihren Anteil am Profit zu kassieren. Fortan gab es nur noch einen Importeur, zuerst die Weitnauer AG, 1995 wurde daraus die Intertabak.

Fragt man Brühwiller, was mit all den anderen Händlern sei, die in der Schweiz Havannas verkaufen, bekommt man zur Antwort: «Die sagen ja nicht, woher sie die Ware haben – es kann sein, dass diese irgendwo lange gelagert wurde, und dann ist der Kunde überhaupt nicht mehr sicher, dass er ein erstklassiges Produkt kauft.»

Es gibt Ware, die hundertprozentig gut ist, und es gibt eben andere, sagt er.

Und für ihn ist klar: «Wenn man in den Casas del Habano und beim Havanna-Spezialisten kauft, kann man blind darauf vertrauen, dass man einwandfreie Ware bekommt. Es kommt immer wieder vor, dass jemand eine schlechte Zigarre kauft», fährt er fort, «dann denkt er, die Zigarren sind generell schlecht. Und das ist für das Image der Zigarren generell schlecht.»

Die offiziell importierten wertvollen Zigarren werden per Luftfracht auf dem direkten Weg von Kuba in die Schweiz gebracht, von dort innerhalb von Stunden zu Intertabak weitertransportiert und dort im laut Intertabak grössten Humidor der Schweiz bei idealer Temperatur und Luftfeuchtigkeit gelagert. Vor dem Versand werden im Lager alle Kistchen geöffnet und durch fachkundige Mitarbeiter auf optimale Verarbeitung und Sortierung geprüft und nach der Bestellung innerhalb von 24 Stunden an die Verkaufsstellen geliefert. Zu erkennen sind sie an einem Kleber auf der Rückseite des Kistchens.

Für Brühwiller ist klar: Mit nur einem einzigen Importeur kann man eine bessere Kontrolle gewährleisten, etwas, was auch deshalb immer wichtiger wird, da wie bei allen teuren Markenproduk-



Hier wird tatsächlich noch von Hand gearbeitet: Habanos dürfen sich nur handgemachte Zigarren aus Kuba nennen.



Habanos-Spezialist: Oskar Brühwiller.



Nur echt mit Siegel: Echte Habanos sind an diesem Kleber auf der Kiste zu erkennen.

ten auch bei Zigarren die Fälschungen immer raffinierter und zu einem immer grösseren Problem werden.

Doch nicht nur das, es gibt auch andere Situationen, in denen die Qualitätskontrolle eminent wichtig ist. Brühwiller: «Aufs Millennium hin kündigte Castro an, dass er die Produktion verdoppeln wolle. Aber dafür gab es nicht genügend gute Roller, deshalb war die Qualität dieser Zigarren nicht durchwegs gut. Wenn man einen einzigen verlässlichen Importeur hat, kann man über den auf den Produzenten einwirken und Druck machen, dass er die Qualität hochhält. Man kann in diesem Fall eine schlechte Zigarre zurückgeben wie einen Wein mit Korken.»

Und dann kommt noch ein weiteres Argument, ein ziemlich überraschendes: «Mit einem solchen Parallelmarkt bescheisst man das kubanische Volk», sagt er. «Bei den Parallelimporten profitiert der Importeur, nicht die Kubaner, weder das kubanische Volk noch der Staat.» Allerdings relativiert er: «Ich bin kein Kommunist, stelle aber fest, dass die Kubaner ausgezeichnete Zigarren haben und keine Steuern zahlen und dass Kuba ein gutes unentgeltliches Schul- und Gesundheitssystem hat. Der Tabak aus der Dominikanischen Republik kostet gleich viel wie der kubanische, aber den Menschen dort geht es viel weniger gut als den Kubanern.»

Im November 2007 wurde Oskar Brühwiller zum ersten Habanos-Spezialist der Schweiz ernannt – in anderen Ländern, etwa in Deutschland, gab es das schon früher: «Als Habanos-Spezialist darf man nur Original-Ware führen, dafür hat man den Vorteil, dass man auch limitierte Serien bekommt, damit meine ich nicht die grossen Serien, die weltweit vertrieben werden, sondern wirklich Spezialserien, die es unter Umständen nur in der Schweiz gibt.» Und damit er wirklich nur Originalprodukte

verkauft, wird sein Geschäft und sein Sortiment regelmässig überprüft, von Intertabak-Vertretern und von Kubanern.

In seinem Laden führt er allerdings auch Zigarren anderer Provenienzen und Marken. Ein breites Sortiment, selbstverständlich sämtliche Havannas, dazu gehören auch Humidore, Pfeifen und Pfeifentabak, Feuerzeuge. Zusätzlich zum eigentlichen Laden hat er einen räumlich abgetrennten Kiosk für den Schnellverkauf von Zigaretten, Drehtabak und Stumpen. ●

INFORMATIONEN

Habanos-Spezialisten: In der Schweiz gibt es heute sieben Habanos-Spezialisten. Neben Brühwiller sind dies die beiden Geschäfte von Urs Portmann in Kreuzlingen und Vaduz (www.portmantabak.ch), die Tabatiere von Verena Vollenweider in Küsnacht (www.tabatiere-kuesnacht.ch), die beiden La-Corona-Läden von Andreas Stachl in Uster und Rapperswil sowie Zegg Cigars Arcada in Samnaun (www.zegg.ch). Das Konzept soll zügig erweitert werden, das Ziel von Intertabak ist es, bis Ende Jahr 12 bis 15 Läden mit diesem Label auszuzeichnen.

In Deutschland, wo das Konzept schon 2004 eingeführt wurden, gibt es insgesamt rund 70 Geschäfte, die Adressen sind hier zu finden: www.habanos-specialist.de

Casas del Habano: Derzeit gibt es davon vier in der Schweiz: in Zürich, in Bern, in Basel und Genf und fünf in Deutschland: in Berlin, Hamburg, Köln, Nürnberg und Düsseldorf.

TABAK BRÜHWILLER

Im Spisemarkt, Spisergasse 17
CH-9400 St. Gallen

Telefon und Fax: +41 71 223 38 69

Webadressen:

www.intertabak.ch, www.5thavenue.de, www.habanos.com

BITTE EINCHECKEN FÜR DEN RAUCHGENUSS

Wahrlich ein ungewöhnliches Restaurant ist das «Runway 34» in Glattbrugg, gleich am Rand der Pisten des Flughafens Kloten: Die Tische stehen unter dem Flügel einer Iljushin 14, eines russischen Passagierflugzeugs von 1957. Auch wenn man buchstäblich am Boden bleibt, entführen die charmanten Flight Attendants die Gäste auf eine kulinarische Reise rund um die Welt. Vorher geniesst man den Apéro in der Wingwalker-Bar mit einem atemberaubenden Ausblick auf den Flughafen, und zum Abschluss gönnt man sich in der Lounge im Flugzeugrumpf einen Drink und eine feine Zigarre.

Die Speisekarte verströmt nicht nur dank Namen wie «Roll the Mexican Skies» oder «Pacific Clipper» das Flair der grossen weiten Welt des Fliegens: Auch die Speisen selber sind sehr international, vom Schweizer Kalbskotelett über ein südafrikanisches Straussenfilet bis zum Thai-Curry. Die Bar bietet ein Sortiment an Zigarren verschiedener Provenienzen und Marken sowie diverse Cognacs, Wodkas, Whiskys und andere Spirituosen.

Das Runway 34 kann auch für Gesellschaften gemietet werden.



Runway 34, Rohholzstrasse 67, CH-8152 Glattbrugg
www.runway34.ch.

GENIESSEN IN ALTEM HISTORISCHEM GEMÄUER



Zigarren Club Maduro, Salzhüslweg, CH-4600 Olten

Mitten im Zentrum von Olten, im Kellergeschoss der alten Stadtmauern, befindet sich der Zigarren-Club Maduro. Die jahrhundertealten Holzbalken und die wuchtigen Mauern im Innern schaffen ein einmaliges Ambiente. Von einem der beiden Räume, in welchem eine Stehbar aus alten mexikanischen Hölzern installiert ist, hat man eine wunderschöne Aussicht auf die Aare.

Zur Lounge gehört ein begehrter Humidor mit einem reichhaltigen Sortiment der verschiedensten Marken und Provenienzen aus der ganzen Zigarrenwelt – für den Gast ist es ein besonderer Genuss, in diesem Humidor an diesem speziellen Ort seine Zigarre selber auszusuchen.

Ausser aus dem Zigarren-Sortiment kann der Gast aus einem schönen Angebot von Whisky und Rum auswählen, darunter diverse Single Malt Whiskys aus Schottland und Rums im Offenausschank. Und selbstverständlich sind auch Wein, Mineralwasser und Bier zu haben, sowohl in Flaschen wie auch im Glas.

DIE AVO-LOUNGE: DAS ORIGINAL MACHT FURORE

Otto Fischer ist der eigentliche Erfinder der Avo-Lounges: 2003 richtete er die erste davon ein, zu Ehren seines persönlichen Freundes Avo Uvezian. Heute besitzt Fischer vier Lounges im Aargau: in Aarau, Lenzburg, Rheinfelden und Baden (Bild); er hat ihnen den Markennamen Art-Cigar gegeben. Das Konzept ist überzeugend: Seine Lokale sind zweigeteilt in einen Raum als Café, wo man zu sehr vernünftigen Preisen einfach schnell einen Espresso trinken und etwas Kleines essen kann, und in die Raucher-Lounge, wo einem neben Wein und Whisky ein breites Sortiment an Zigarren offeriert wird. Auch hier sind die Preise sehr zivil; Fischer verkauft zu den normalen Ladenpreisen, das heisst, dass man hier auch mal für zwei Franken eine rauchen kann.

Das Angebot lässt keine Wünsche offen, es umfasst einmal die ganze Avo-Auswahl, inklusive einzelne Sorten, die nur für ihn produziert werden, dann auch Davidoff, viele Kubaner – und viele Raritäten, die Fischer in den vergangenen zehn Jahren angesammelt hat, vor allem kubanische Jahrgangs-Zigarren, daneben aber auch etwa 73-er oder 79-er Macanudo.



Art-Cigar, Aarau, Lenzburg, Rheinfelden, Baden,
www.artcigar.ch

Möchten auch Sie Ihre Lounge oder Ihr Konzept im CIGAR vorgestellt haben? Kontakt: info@cigar.ch

DER SCHMUCK

des Zigarrenrauchers

Welche Mittel hat ein Mann, um auf seinen Geschmack, seinen Stil, seine soziale Stellung und letztlich sich selbst aufmerksam machen? So viel ist da nicht. Der Anzug, die Schuhe, die Uhr natürlich, Manschettenknöpfe, eine schicke Geldscheinklammer, wobei die schnell neureich wirkt, und das Feuerzeug. Vor allem das Feuerzeug.

TEXT: MICHAEL BAHNERTH

Das Feuerzeug ist wie eine Visitenkarte, die man nicht aus der Hand gibt, und es erstaunt, wie wenig Männer diese Form der Kommunikation mit der Umwelt und dem andern Geschlecht ausnutzen. Wo man hinschaut, sieht man nur beliebige Plastikfeuerzeuge in Kleinkinderfarben. Made in China natürlich.

Indirekte Abhilfe gegen diese permanente ästhetische Brutalität kommt nun ausgerechnet aus der Europäischen Union. DIN EN 13869 heisst sie. Nicht, dass Brüssel plötzlich auf Lifestyle macht und die Kultur der schönen Dinge retten möchte. Es geht um die 1200 Brände mit 250 Verletzten und 20 Toten, die jährlich von mit Feuerzeugen zündelnden Kindern verursacht werden. Laut DIN EN 13869 müssen Feuerzeuge unter zwei Euro ab diesem Jahr am Reibrad eine Kindersicherung aufweisen. In Deutschland, wo man so was stets sehr ernst und mit vorausseilendem Gehorsam nimmt, sind seit letztem Jahr deswegen Feuerzeug-Verordnungen auf dem Markt. Sachsen-Anhalt, das ist ehemaliger Osten, hat die schönste geschrieben und ganz nebenbei und sicher unfreiwillig die beste Definition verfasst, ab wann ein Feuerzeug ein Luxusfeuerzeug ist: 1. Seine zu erwartende Lebensdauer beträgt mindesten fünf Jahre

(einschliesslich Reparatur). 2. Es gilt eine Herstellergarantie von mindestens 2 Jahren. 3. Eine Reparatur ist auch nach Ablauf der Garantie in Kundendiensteinrichtungen möglich. Luxusfeuerzeuge sind von der DIN EN 13869 also noch nicht betroffen, und dies sollte ein weiterer Grund sein für Männer, sich endlich ein anständiges Feuerzeug anzuschaffen. Ein Mann, der ein Feuerzeug mit sich trägt, das eine Kindersicherung hat, ist kein Mann, und die einzige Ausnahme sind Streichhölzer.

Ein schönes Feuerzeug ist nicht nur funktional – es ist sinnlich

Es geht nicht nur ums Aussehen, um die Eleganz eines Luxusfeuerzeuges, um Design und Stil. Es geht um das Gefühl, das einem solch ein Feuerzeug vermittelt. Sie sind schwer, kühl, und beim Anzünden machen sie ein Geräusch, das in seiner Vollkommenheit nur noch mit dem sanften Klackern eines Diamantarmbandes am Handgelenk einer Dame zu vergleichen ist.

Es gibt im Leben eines Mannes immer wieder mal diesen Moment. Da sitzt er an einer Bar, trinkt und raucht, und dann ist da plötzlich eine weibliche Stimme: «Hast mal Feuer?», haucht sie. Wenn er Glück hat, was zugegeben eher selten vorkommt, gehört zu der Stimme

eine ansehnliche Lady. Natürlich kann der Mann jetzt ein Plastikfeuerzeug zücken, die Kindersicherung lösen und der Lady Feuer geben, aber irgendwie ist dies nicht der richtige Einstieg. Zückt der Mann jedoch ein Luxusfeuerzeug, fängt die Geschichte ganz anders an. Die Lady wird dem Mann in die Augen schauen, weil sie wissen will, wer der Typ hinter dem Feuerzeug ist, und vielleicht legt sie sogar eine Hand über die feuerzeughaltende Hand des Mannes. Tut sie dies, ist sie einer Konversation nicht abgeneigt, und dies ist nie ein einfacher Moment, wird aber ein solcher, weil man das Feuerzeug als Einstiegsthema hat.

Ein Mann sollte, bevor er sich ein Feuerzeug fürs Leben anschafft, eine grundsätzliche Frage für sich beantworten: Gas oder Benzin. Gas hat, vor allem für Zigarrenraucher, den Vorteil, dass es nicht riecht, aber Benzin ist eindeutig männlicher, riecht nach Abenteuer, Bohrtürmen und schnellen Autos. Nur ist der erste Zug an der Zigarette sehr gewöhnungsbedürftig, er ist eine Mischung aus Tabak und Benzindämpfen, wahrscheinlich sehr ungesund, aber ein Mann schafft das.

Im Benzinfeuerzeug-Segment kommt nur Zippo in Frage, die Feuerzeuge von George B. Blaisdell aus Bradford in



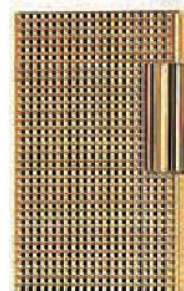
Nichts geht über ein klassisch schlichtes Zippo – wer sich am anfänglichen Benzingeruch nicht stört, fährt damit am besten.



Chinalack und Palladium: Das Gatsby von Dupont in der Fassung für Leute, die eine Silberallergie haben.



Mit Silberbeschichtung: Das Gatsby aus der Ligne D ist das klassische Männerfeuerzeug – ob mit oder ohne Linien.



In Gold: Das Dupont Ligne 1 mit Diamantmuster sieht edel aus – eigentlich aber zu edel für den Gentleman.

Pennsylvania am U.S. Highway 219. 1932 brachte er das erste Modell auf den Markt, 1936 bekam es seine Form, die es auch heute noch aufweist. Das Zippo besteht aus 22 Einzelteilen, die fast immer funktionieren, und falls nicht, gibt es eine lebenslange Garantie. Das funktioniert tatsächlich. Man schickt sein Feuerzeug nach Pennsylvania, und es kommt, nach ein paar Wochen, repariert zurück. Mit einem Zippo ist man in guter Gesellschaft, aber dann auch wieder nicht. John Wayne, der Kettenraucher, hatte eines, Robert Mitchum auch, Dwight D. Eisenhower ebenfalls, Humphrey Bogart sowieso. Bruce Willis zündet in Die Hard damit ein Flugzeug an, Rambo eine Tankstelle. Das klingt gut für einen Mann. Das Problem ist nur, dass Zippo bereits eine Viertelmilliarde Feuerzeuge verkauft hat und das kleine Wunderwerk etwas inflationär geworden ist. Zippo ist trendig geworden, szenig auch. Junge Menschen, die Künstler werden wollen und bis dahin kellnern, haben oft Zippos, Schrebergärtner auch, und mit denen möchte man nicht in einen Topf geworfen werden.

Trotzdem, ein Zippo ist immer noch besser als diese Plastikdinge mit Wer-

bebotschaften oder nackten Weiberhintern drauf. Das Beste am Zippo ist, nebst seiner panzerhaften Unzerstörbarkeit, seine Windresistenz. Bis Windstärke 7 sollte die Flamme nicht weggeblasen werden, und es gibt diese raren Momente der Überlegenheit, wenn man etwa auf einem Boot ist und schon raucht, während die Plastikfeuerzeugler sich immer noch so krümmen, als hätten sie gerade eine Zigarette gegessen.

Bleiben Gasfeuerzeuge, und da kommt man nicht an James Bond vorbei. Lange hatte 007 ein britisches Ronsonfeuerzeug, und damals war Ronson noch etwas. Sein «Premier Varaflame» aus den 1950er-Jahren steht heute in jedem Designmuseum. Aber Ronson tanzt auf zu vielen Hochzeiten, bietet etwa «Everyday Lighters» an, Teile aus Plastik, auch in Rosa, und in diesem Dunstkreis möchte man natürlich nicht unterwegs sein. Kein Wunder deshalb, dass James Bond mit Pierce Brosnan erstmals auf Dupont-Feuerzeuge umgestiegen ist, diese Feuerzeuge aus einer Pariser Manufaktur, die 1947 das Gasfeuerzeug erfunden hat. Sie sind die Rolex der Feuerzeugbranche, bestehen aus 60 Einzelteilen und werden von Hand zusam-

menge setzt, was ansatzweise auch ihren Preis erklärt. So ab 500 Franken für ein Produkt der Ligne 1, die am gelungensten zu sein scheint. Aus der Ligne D ist das Palladium zu empfehlen, das aber rund 1000 Franken kostet, und als Sondermodell vielleicht das Gatsby in der ähnlichen Preisklasse. Alle andern sind Chichi. Auf Dupontfeuerzeuge gibt es fünf Jahre Garantie – das ist natürlich ausbaufähig und spricht nicht gerade von einem grossen Vertrauen des Herstellers in sein Produkt.

Bleiben noch Dunhill-Feuerzeuge, die guten alten Dunhills, die aussehen wie ein eleganter Wolkenkratzer en miniature. Die Firma macht Werbung damit, dass ein Dunhill 1924 das erste Luxusfeuerzeug gewesen sein soll, das man in einer Hand halten und gleichzeitig erfolgreich bedienen kann. Dunhill war mal die Firma, die 1975 ein Feuerzeug für 50 000 Franken produzierte, aber danach ist die Firma ein wenig in sich zusammengefallen und in der Versenkung verschwunden. Zwar geben sich die Macher in London Mühe, den Anschluss wiederzufinden, aber so richtig scheint dies nicht zu gelingen, obwohl Dunhill 1986 mit dem teuersten



Das «Premier Varaflame» von Ronson war das erste Feuerzeug von James Bond – und bleibt erste Wahl.

Feuerzeug aller Zeiten für 56000 Dollar ins Guinnessbuch der Rekorde kam.

Wichtig ist die Farbe der Feuerzeuge, also Gold oder Silber. Diamantenverzierungen nie. Immer nur Silber. Gold ist etwas für reiche amerikanische Grossmütter, Wurstfabrikanten, die sich hochgearbeitet haben, für Russen und für Ölscheichs. Silber ist dezenter, passt besser zu Rauch, und Silber besitzt Understatement. Keine gute Idee sind Feuerzeuge, die mit Krokoder und Ähnli-

chem eingebunden sind. Das sieht zwar nicht schlecht aus, vor allem, wenn das Leder Patina angesetzt hat.

Aber für einen Mann ist es besser, wenn das Feuerzeug sich anfühlt wie eine Waffe, weil dieses Gefühl eine archaische Assoziation freisetzt – etwas, das Männer mögen.

Ohne Waffen hätte es nie Feuerzeuge gegeben. Im 17. Jahrhundert entdeckten Waffenschmiede, dass man aus einer zerlegten Waffe eine Konstruktion bas-

tern konnte, die Feuer erzeugte. Im Lauf der Pistolen wurde eine Zündschnur befestigt, die mittels Zündrädchen und Feuerstein entzündet wurde. Zwar war die Konstruktion, die Zunderpistole, nicht ausgereift, soll sich aber doch grösster Beliebtheit erfreut haben. Danach kam das Streichholz und schliesslich das abenteuerliche Tischfeuerzeug des deutschen Chemikers Johann Dobreiner, der herausfand, dass Platinmetalle die Verbrennung von Wasserstoff beschleunigen. Er baute ein Tischfeuerzeug voller Wasserstoff und Platinmetallen, das manchmal sehr gut funktionierte und ganze Esstische hochgehen liess. Nach Dobreiners explosiver Erfindung passierte lange gar nichts auf dem Feuerzeugmarkt. Erst Mitte des 19. Jahrhunderts, als der Genuss von Zigarren in Mode kam, wurde die Entwicklungsarbeit an Feuerzeugen wieder aufgenommen. Es folgten Benzinmodelle, schliesslich das Gasfeuerzeug.

Es gibt nur einen einzigen kleinen Vorteil, den Plastikfeuerzeuge gegenüber Luxusfeuerzeugen haben. Wer jahrelang ein Luxusfeuerzeug besessen und bedient hat, weiss, wie sehr es schmerzt, wenn es verloren geht oder gestohlen wird. Man kann danach ein paar Stunden oder Tage richtig wütend und dann von einer seltsamen Trauer sein und eine Zeitlang Streichhölzer benutzen, bis man wieder bereit ist für ein neues Feuerzeug fürs Leben.

Anzeige

www.HUMIDORDiscount.de
Tiefpreisgarantie • Versandkostenfrei • Versandfertig innerhalb 24 h

Telefonische Bestellung: 0800 - 345 67 88 (FreeCall)
Info@humidordiscount.de
Gebr. Spohn GmbH • Vitalis Str. 312 • D-50829 Köln

CHIANTI 100 Zigarren  nur 119,00€ statt 175,00€ (empf. VK.)	PALERMO 75 Zigarren  nur 101,50€ statt 145,00€ (empf. VK.)	PYRAMID 100 Zigarren  nur 245,00€ statt 350,00€ (empf. VK.)	MINI HUMIDOR 1 Zigarre 19,5 cm Länge • 2,3 cm ø  nur 24,00€ zum Sonderpreis
--	---	--	---

30% DISCOUNT
Unser gesamtes Sortiment
finden Sie ONLINE !!!

**JETZT AUCH
ZIGARREN
IM ANGEBOT:**


Cohiba


Montecristo


Partagas


Romeo y Julieta

**SCHRANK ROMA
3100 Zigarren**
Inkl. elektr. Befeuchter



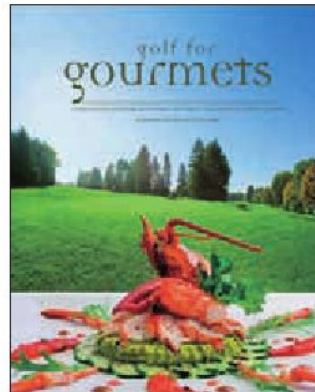
SPEZIAL OFFER

schwarz oder mahagoni
nur 1540,00€
statt 2.200€ (empf. VK.)



DAVIDOFF LIMITED EDITION 2008 «RESERVA 12»

Wie schon ihr Name verrät, bestimmt die Zahl 12 die diesjährige Sonderedition aus dem Hause Davidoff, die es nur in limitierter Auflage gibt. Denn die für die Tabakmischung verwendeten fünf verschiedenen Einlagetabake wurden bis zu zwölf Jahre in der Dominikanischen Republik gelagert. Dank des speziellen Reifeprozesses sorgt die Auswahl der eigens für diese Zigarre aufeinander abgestimmten Tabake für ein kräftiges und zugleich aromatisches Raucherlebnis. Ihr sonnengereiftes Deckblatt – ein Ecuador Sun Grown – unterstreicht den facettenreichen Geschmack und kommt im grossen Robusto Extra Format besonders gut zur Geltung. In der Schweiz und in Deutschland ist die «Reserva 12» in 10er-Holzkestchen für 215 Franken beziehungsweise 180 Euro erhältlich.



Golf for Gourmets, Annette Weber und Lisa Baumgartner, Weber AG Verlag (www.weberag.ch/shop), 288 Seiten, ISBN-Nr. 978-3-909532-21-6, CHF 89.–

GOLF FÜR GOURMETS – UND HOBBYKÖCHE

Die Autorinnen des bildreichen Kochbuchs «Golf for Gourmets» präsentieren zwanzig ausgewählte Golfclubs der Schweiz mit den schönsten Ansichten ihres Parcours – und dem besten, das ihre Küche zu bieten hat. Die Köche der Golfclub-Restaurants zeigen ihre jeweils drei schönsten Gourmet-Rezepte und laden zum Nachkochen ein. Die Menüs werden stimmungsvoll ins Bild gesetzt und wunderschöne Aufnahmen der prächtigen Holes und Greens begleiten die Spezialitäten. Das einzigartige Buch spiegelt auf emotionale Art und Weise die gastronomische Vielfalt auf Schweizer Golfplätzen wider.



HANS-ULRICH JÖRGES IST PFEIFENRAUCHER DES JAHRES

Hans-Ulrich Jörges, Journalist und Mitglied der Chefredaktion des Stern, ist Pfeifenraucher des Jahres. Diese Auszeichnung wird vom deutschen Tabak Forum vergeben – und zwar bereits seit 40 Jahren. Mit der Auszeichnung reiht sich mit Hans-Ulrich Jörges erstmals ein Journalist in die lange Reihe Prominenter, die 1969 mit Herbert Wehner begann und zu der so namhafte Persönlichkeiten wie Literaturnobelpreisträger Günter Grass, Politiker wie Norbert Blüm, Helmut Kohl, Peter Struck, Joachim Poss, aber auch Schauspieler wie Rüdiger Joswig oder Tobias Moretti gehören. Letztjähriger Preisträger war der Europapolitiker Elmar Brok, Mitglied des Europäischen Parlaments. Für den umtriebigen und streitbaren Journalist Jörges, unter anderem Autor der wöchentlichen Stern-Kolumne «Zwischenruf», ist das Pfeiferauchen Inspiration und Kraftquelle gleichermaßen: «Ich liebe die kleinen Oasen im Alltag, wo ich bei einer guten Pfeife Entspannung und Kreativität zugleich tanken kann.»



EDLE PRÄSENT-KISTCHEN VON HABANOS

Soeben ist eine Sonderauflage von zwei neuen Geschenkboxen für die Habanos-Spitzenmarken Cohiba und Montecristo erschienen. Die Cohiba Maduro 5-Selektion enthält je ein Stück der drei Formate dieser Serie, die sich durch ihre besonders dunklen Deckblätter auszeichnen. Die zweite der Geschenkboxen ist der Marke Montecristo gewidmet. Sie enthält insgesamt vier Zigarren – je eine No. 2 und No. 4 sowie eine Edmundo und eine Petit Edmundo. – und vereint damit die Klassiker mit den jüngsten Formaten. Das Cohiba-Kistchen ist für 75 Euro, das Montecristo-Kistchen für 65 Euro erhältlich.



THE GRIFFIN'S «SPECIAL EDITION XXIV» – EINE ZIGARRE MIT CHARME

Einen besonderen Charme versprüht die diesjährige Sonderedition von The Griffin's im anmutigen Piramides Format. Die Tabakmischung der mittelkräftigen Zigarren setzt sich aus einer Kombination von kräftigen Piloto und San Vicente Tabaken zusammen, die mit einem Anteil milder Olor Tabake verfeinert und dem sonnengereiften Deckblatt geschmacklich abgerundet wird. Der ausgewogene und würzige Geschmack fasziniert jeden Aficionado von Rauchbeginn an. Um den Genuss auch auf Reisen möglich zu machen, ist jede einzelne Zigarre im edlen Glas-Tubos verpackt und mit Kork verschlossen. Die Edition ist weltweit auf 8000 schwarze 10er-Holzkestchen limitiert, die 125 Franken beziehungsweise 93 Euro kosten.



NEUER LUXUS-HUMIDOR «COHIBA MADURO 5»

Seit dem vergangenen Jahr ergänzt die Línea Maduro die Habanos-Spitzenmarke Cohiba. Sie besteht aus drei Formaten, die sich durch besonders dunkle Deckblätter auszeichnen. Maduro 5 verkörpert das Beste in der Tradition des dunklen Havanna-Deckblatts. Der Verarbeitungsprozess beginnt mit der Auswahl der dicksten Blätter vom obersten Teil der Tabakpflanze, die ihre typisch dunklen Farbtöne durch einen vollkommen natürlichen Fermentationsprozess erreichen, was eine Reifezeit von mindestens zwei Jahren voraussetzt. Um dem hohen Anspruch der Marke Cohiba gerecht zu werden, verlängerte man die Reifelagerung der Deckblätter für die Maduro 5 auf fünf Jahre. Dies verleiht den Zigarren ihre typische, süßliche und abgerundete Note. Je zwanzig Stück der drei neuen Vitolas werden jetzt in einem Luxushumidor angeboten, der im Design der Maduro 5 gestaltet ist. Weltweit wird es nur 500 dieser Humidore geben – die je 2800 Euro kosten.



CROSSMEDIALES ERLEBNISKOCH- BUCH RUND UM DIE CHILLI

«Genie essen» ist das kreative Erlebniskochbuch für scharfe Querdenker und Geniesser. Auf 360 Seiten offenbart es dem Leser ein kulinarisches Wechselspiel rund um das Thema Chilli. Dabei legt das Gemeinschaftsprojekt von 64 kochbegeisterten Grafikern,

Architekten, Fotografen und Künstlern aus neun Ländern genau so viel Wert auf die Form wie auf den Inhalt. Herausgekommen ist eine scharfsinnige Mischung, die von einer erotischen Kurzgeschichte über ein «0180-Rezept», bei der das Gericht über eine Telefonhotline auf den Tisch gelangt, bis hin zum graphisch hervorragend illustrierten Rezept reicht. Aber das Werk ist mehr als ein Buch in limitierter Erstauflage – die dazugehörige Cross-Media-Plattform nutzt die Vorteile der Medien Print, Internet und Mobilfunk im Kochen-Kontext interaktiv aus: Leser können unter www.genie-essen.com kostenlos im Genuss-Content stöbern und Zutatenlisten oder ein Probekapitel herunterladen.

Genie essen | Chilli, 360 Seiten, ISBN-13: 978-3-00-023404-0, EUR 29,50.



MITO DE SAN ANDRES – MYTHOS AUS MEXIKO

Seit 3000 Jahren rauchen die Mexikaner Zigarren und bauen den Tabak dafür an – Mexiko ist Tabaktradition pur. Das zeigen Wandmalereien aus der Zeit der Mayas und Azteken. Auf dieser Tradition baut die neue Zigarrenmarke «Mito» (Mythos) auf. In den Formaten Petit Corona, Corona, Robusto und Churchill werden die Mito de San Andres angeboten als Puro de Mexiko, da alle Tabake aus dem Anbaugebiet von San Andres kommen. Rodolfo Vazquez produziert die Mito de San Andres in Vera Cruz am Golf von Mexiko mit seinen 30 Mitarbeitern. Als Einlage werden San Andres 1998, San Andres 1999 und Havanna Saat 2002 verwendet, als Umblatt ein Morron Negro San Andres 1998 und als Deckblatt das Criollo Havanna (Saat) 2002. Alle Zigarren sind mindestens 1 Jahr gelagert und gereift. Herausgekommen ist eine süßliche, mittelkräftige Zigarre mit nussigen Aromen und hervorragendem Zugverhalten.



EIN SPIELZEUG MIT 347 KM/H SPITZE

Der neue deutsche Supersportwagen Veritas RS III erreicht mit dem V8-Motor in der Spitze 329 Stundenkilometer und mit der noch stärkeren 10-Zylinder-Version eine Höchstgeschwindigkeit von 347 km/h. Beide Modell-Varianten des RS III basieren auf einem 5.0-Liter-Motor von BMW. Mit seinen 480 PS (353 kW) und einem manuellen Schaltgetriebe beschleunigt der V8 in 3,6 Sekunden von 0 auf 100 km/h. Der V10 mit sequentiellem Schaltgetriebe und satten 600 Pferdestärken (441 kW) schafft dies sogar in 3,2 Sekunden. Ohne elektronische Fahrhilfen bedeutet das nichts anderes als Rennsport-Feeling pur. Der Veritas RS III ist der erste Supersportwagen der deutschen Vermot AG (www.vermot-ag.com). Zwar wird das Wägelchen auch als klassischer zweisitziger Roadster angeboten – so richtig Spass dürfte das Spielzeug für ältere Buben aber nur als Monocoque mit Notstisch machen.



ZIGARRENRAUCHER SPENDEN FÜR KUBANISCHES SPITAL

Zigarrenraucher verfügen in der Regel über ein grosses Herz. So wurde im Rahmen der Auktionen des Berliner Zigarrenhauses Herzog tief in die Tasche gegriffen und für das Kinderkrankenhaus William Soler in Havanna gespendet. Mit diesen Spendengeldern konnte ein dringend benötigtes Gerät für Lebertransplantationen bei schwer kranken Kindern gekauft werden, das anlässlich des letzten Habanos-Festivals übergeben wurde.

WILSON-EISEN ALS REVERENZ AN 59 MAJOR-GOLFTITEL

Wilson Staff sorgt mit dem geschmiedeten Eisen FG 59 weiter für Furore. Der neue und elegante FG 59, eine Weiterentwicklung der toureerprobten FG 17-Blades, ist eine Reverenz an die 59 Major-Titel, die Wilson Staff bis anhin errungen hat. Mit diesen 59 Erfolgen hat Wilson Staff mehr Titel erreicht als jede andere Schlägermarke. Eigentlich sollte der FG 59 ja FG 58 heissen. Doch Padraig Harrington gelang noch während der Produktentwicklung in Carnoustie ein weiterer Open-Sieg. Der 59. Major-Titel für Wilson Staff war damit Tatsache und aus dem FG 58 wurde der FG 59. Im Vergleich zum Vorgängermodell FG 17 weisen die FG 59 eine etwas breitere Sohle und einen verstärkten Schlägerrücken im Sohlenbereich auf. Dadurch liegt der Schwerpunkt des Schlägers tiefer, wodurch wiederum das gleichmässige Treffen des Balles erleichtert wird. Die limitierten Sätze umfassen Eisen 3 bis Pitching Wedge und kosten 1499 Franken.



ELEGANTE FLIP-FLOPS VON NAVYBOOT

Der ewige Klassiker für die heissen Tage kommt auch diese Saison nicht aus der Mode. Die ultrabequemen Flip-Flops für sommerliches Easy going sind die idealen Begleiter für den Spaziergang an der Seepromenade, den Gang in die Badeanstalt oder für Shoppingtouren. Ein praktisches Extra ist der wasserdichte Beutel. Darin können die wichtigsten Siebensachen oder das feuchte Badetuch verstaut werden. Die Kollektion in den Farben Blau, Schwarz, Schokobraun und Sandbeige ist ab sofort für CHF 69.90 in allen Navyboot-Stores erhältlich.



BANG & OLUFSEN GEHT INS MUSEUM

Bang & Olufsen eröffnet ein innovatives Multimedia-Museum, um die faszinierende Geschichte einer der weltweit führenden Marken zu erzählen. Das Museum befindet sich in der dänischen Stadt Struer. Hier ist Bang & Olufsen seit mehr als acht Jahrzehnten beheimatet. Und hier wird die Geschichte von Bang & Olufsen erzählt – von den bescheidenen Anfängen in den Zwanzigerjahren bis hin zu seiner aktuellen Position als eine weltweit führende Marke im 21. Jahrhundert. Die Ausstellungen werden sich dank des Einsatzes von interaktiven und Multimedia-Technologien immer weiterentwickeln. Die Unternehmensgeschichte wird dabei besonders durch die Wiederbelebung des geschichtlichen Rahmens relativiert. Die ersten technologischen Errungenschaften aus den Zwanzigerjahren sind im Museum ebenso zu bewundern wie die Anfänge der Medienrevolution in den Fünfzigerjahren oder die heutige Konvergenz der Medien.



FÜR SÜNDER: DIAMANTRINGE VON TIFFANY

Nicht nur, aber auch für die Sühne kleinerer oder grösserer Sünden taugt wenig besser als ein kleines Schmuckstück – und am besten kommt dies von Tiffany – Tiffany & Co. ist bekannt für qualitativ hochwertige Diamanten, die an Schliff, Farbe und Reinheit keine Wünsche offen lassen. Gestaltet mit Diamanten im Brillant- oder Princessschliff, pavé oder kanalgefasst, sind die «Tiffany Celebration»-Ringe exklusive Erinnerungsstücke an aussergewöhnliche Augenblicke. Und das Beste: Stilvoll werden alle Schmuckstücke in der Tiffany Blue Box überreicht – dem weltweit bekannten Markenzeichen für edelsten Schmuck. www.tiffany.com



ZIGARREN ANZÜNDEN MIT ZEDERNHOLZ

Womit man denn seine Zigarre anzünden soll – darüber wurde und wird heftig gestritten. Unbestreitbar aber ist, dass eine stilvolle Art, seine Zigarre (oder auch mal seine Pfeife) in Brand zu setzen die Verwendung eines Zedernholzspans ist. Und genau solche Zedernspäne liefert die Cedrus aus Lüneburg, luftdicht verpackt in Glas-Tubos. Jetzt hat Cedrus ausserdem einen «Lounge-Spender» für die Späne im Programm, ein massiver Metall-Zylinder mit Standfuss und feinsten Lasergravur, der inklusive 50 Original-Zedernspänen knapp 25 Euro kostet.



Jörg Pannier,
Dies ist kein Pfeifenbuch,
Agenda-Verlag, 343 Seiten,
ISBN-13: 978-3896883308,
EUR 24.80 bzw. CHF 38.20

«DIES IST KEIN PFEIFENBUCH»

Das bekannteste Bild einer Pfeife ist das Bild, das keine Pfeife darstellt: Mit dem Schriftzug «Ceci n'est pas une pipe» unterschrieb René Magritte 1929 sein Werk «La raison des images». Und das Bild zeigte natürlich – ein Pfeife. Wenn Jörg Pannier, unser «Cigar»-Pfeifenspezialist, sein neuestes Buch «Dies ist kein Pfeifenbuch» nennt, will er denn auch (fast) nichts anderes, als seine Leser zum Denken und Philosophieren anregen. Und vielleicht auch ein bisschen zum Rauchen.

Pfeifenraucher gelten als Philosophen, als besonnene Menschen, gute Ratgeber und kluge Lebenskünstler. Pfeifenrauchen und Philosophieren – diesem vielfach beschworenen Zusammenhang wird in diesem Buch nachgegangen. Deshalb geht es hier auch nicht um technische Fragen oder praktische Tipps zum Pfeifenrauchen. Diese Philosophie des Pfeifenrauchens setzt dort an, wo der philosophisch interessierte Pfeifenraucher beginnt, sich über den Sinn des Lebens und der Welt Fragen zu stellen. Ihm muss man nicht erst den Umgang mit Pfeife und Tabak erklären, er wäre aber auch mit einer blossen Einführung in die Philosophie nicht zufrieden; schliesslich soll sich alles um die Pfeife drehen. Das Buch ist also ein Pfeifenbuch, das kein Pfeifenbuch ist, und ein Philosophiebuch, das mehr als nur ein Buch über Philosophie sein will. Und dass das Ganze nicht ohne Augenzwinkern geht, versteht sich von selbst.

HOLY SMOKE!

Geniessen und schmauchen, leben und rauchen –
die guten Zigarrenadressen in der Schweiz, Deutschland, Österreich und dem Fürstentum Liechtenstein

DAVIDOFF PRÄSENTIERT: AUSGESUCHTE FACHGESCHÄFTE DER SCHWEIZ

Arcada Silvretta Samnaun www.zegg.ch	Histoires De Cigares Grand-Rue 64, Morges 1 021/803 22 05	Pipe e Tabacchi Via Plan, Livigno www.silvestripipes.it	Tabaklädeli Albisstrasse, Adliswil www.tabaklaedeli.ch
art cigar + co. Rathausgasse, Lenzburg www.artcigar.ch	Jacky Bonvin Crans www.cigars-bonvin.ch	Shopping Center Viktoria Zermatt 027/967 21 66	Tabak-Lädeli Storchengasse, Zürich www.wagner-tabak-laedeli.com
Autogrill Pratteln Cigars & More, Pratteln 061/827 57 39	Kägi Cigarren Theaterplatz, Bern 031/311 72 81	Smoker Trade – Cigar & More Oberstadt, Sursee www.smoker-trade.com	Tabakwaren zum Törl Viehmarktstrasse, Laufen 061/761 60 83
Bàcaro Flughafen-Zürich 043/816 60 25	Keller Tabak Bahnhofstrasse, Biel www.keller-tabak.ch	Tabac Rhein Rue du Mont-Blanc, Genève 022/731 88 56	Tabashop Grand Rue, Montreux 021/963 70 70
Badener Tabakhaus Rathausgasse, Baden www.badener-tabakhaus.ch	La Tabatière Bd. De Pérolles, Fribourg www.reecut.ch	Tabaccheria Cavallini Via Nassa, Lugano 091/923 70 05	Tabatière Bahnhofstrasse, Küsnacht www.tabatiere-kuesnacht.ch
Bijouterie und Cigares Schertenleib Bahnhofstrasse, Interlaken 033/822 22 34	Mettier Tabakwaren Bahnhofstrasse, Chur 081/252 21 86	Tabaccheria Centro Commerciale Breggia Balerna 091/683 30 13	Urs Portmann Tabak-Cigaren Konstanzerstrasse, Kreuzlingen www.portmann-tabak.ch
Buder St. Moritz Via Rosatsch, St. Moritz 081/833 32 16	Mangeng Tabak Hauptstrasse, Rheineck 071/888 16 57	Tabaccheria Piazza Riforma Piazza Riforma, Lugano 091/923 12 59	Urs Portmann Tabakwaren Anstalt, Stättle, Vaduz www.portmann-tabak.ch
Castello Gigi Oberwilerstrasse, Berikon www.castellogigi.ch	Naegeli Tabakfass Goldsteinstrasse, Schaffhausen 052/624 55 00	Tabacchi e ricordi Piazza Grande, Locarno 091/751 85 12	Vacchini Cigars P. Motta, Ascona 091/791 16 46
Cigares Bender Edisonstrasse, Zürich 044/311 96 30	Naegeli Tabakfass Shopping Raststätte A1, Würenlos 056/424 20 92	Tabacs-Cigars Besson Rue de Bourg, Lausanne 021/312 67 88	Wellauer & Co. Basler Strasse, Olten www.welltabac.ch
Cigares Tobacco Hauptstrasse, Gstaad 033/744 47 00	Naegeli Tabakfass Shopping Center, Spreitenbach 056/401 29 73	Tabacs de Vésenaz Route du Thôn, Vésenaz/ Genève 022/752 17 35	Wellauer & Co. Bahnhofstrasse, Buchs www.welltabac.ch
Cigarren + Tabakhaus Petersburg, Ramsen www.bruetsch-cigarren.ch	Naegeli Tabakfass Bellevue, Zürich 044/252 52 66	Tabacs La Bouffarde Rue de Lausanne, Sion 027/322 29 85	Wellauer & Co. St. Leonhardstrasse, St. Gallen www.welltabac.ch
Cigarren Flury Bahnhofplatz, Bern www.flury.com	Naegeli Tabakfass Schwanenplatz, Luzern 041/410 21 50	Tabacs La Couronne Rue de Rive, Nyon www.cigarpassion.ch	Wellauer & Co. Neugasse, St. Gallen www.welltabac.ch
Davidoff & Cie Rue de Rive, Genève www.davidoff.com	Naegeli Tabakfass Untertor, Winterthur 052/212 65 68	Tabacs Maillefer Grand Chêne, Lausanne 021/312 93 24	Zigarren Dürr Paradeplatz, Zürich 044/211 07 36
Davidoff Depositaire Poststrasse, Zürich 044/211 48 00	Naegeli Tabakfass Seedamm-Center, Pfäffikon 055/410 30 66	Tabagie Saltinaplatz, Brig 027/924 25 01	Zigarren Dürr Bahnhofplatz, Zürich 044/211 63 23
Davidoff Shop Marktplatz, Basel www.davidoff.com	Naegeli Tabakfass Promenade, Davos-Platz 081/413 63 58	Tabak Brühwiller im Spisemarkt, St. Gallen 071/223 38 69	Zigarren Dürr Glattzentrum 044/830 13 21
Don Cigarro – kingdom of cigars Seestrasse, Zollikon www.doncigarro.ch	Naegeli Tabakfass Metalli, Zug 041/710 78 25	Tabak Pauli Amtshausgasse, Liestal www.tabak-pauli.ch	Zigarren Dürr Hauptgasse, Solothurn 032/622 27 51
Dubini Sigari e Tabacchi Corso San Gottardo, Chiasso www.dubini.ch	Naegeli Tabakfass Premium Tobacco, Zürich 044/211 23 75	Tabakfachgeschäft Hauptgasse, Murten 026/670 22 85	Zigarren Dürr Fronwagplatz, Schaffhausen 052/625 55 33
Gourmetto Shop Bahnhofstrasse 500C, Zürich-Flughafen 044/814 22 16	Oettinger Cigares Aeschenvorstadt, Basel 061/272 47 70	Tabakfachgeschäft Achermann Freienhofstrasse, Thun www.tabakachermann.ch	Zigarren Dürr Hauptbahnhof ZH Shop Ville, Zürich 044/211 63 25
Haus Cristal Samnaun 081/868 52 33	Oettinger Cigares Centralbahnplatz, Basel 061/272 11 52	Tabakhaus zum Adler Rathausgasse, Aarau 062/822 05 21	Zigarren Dürr Neumarkt Altstetten, Zürich 044/419 03 20
Havana & News Centre Balexert, Genève www.havananews.ch	Oettinger Cigares Steinenvorstadt, Basel 061/281 87 37	TABAKHÜSLI Molkerei, Jona www.tabakhuesli.ch	ZIGARENSTUBE St. Urbanstrasse, Langenthal 062/922 31 55
Havanna-Haus Monpol Via Maistra, St. Moritz 081/833 31 58	Pattus Tabacs Rue St. Maurice, Neuchâtel 032/725 48 79	Tabakkeller Shop Kronengasse, Solothurn www.tabakonline.ch	Zum Münsterberg Freiestrasse, Basel 061/272 56 86

HERSTELLER & IMPORTEURE

...ch

www.eicifa.ch

Zigarrenfabrik Eichenberger, Menziken

www.hpt-smoke.chOffizieller und exklusiver Importeur für:
Tabacalera Perdomo, Rocky Patel,
Dan Tobacco und Bossnerwww.intertabak.chwww.habanos.chOffizieller und exklusiver Importeur für
Habanos in der Schweizwww.unicoicigars.chSchweizer Importeur von Flor de Selva,
Cumpay, Casa de Torreswww.tabacotrading.ch

Import Premium Longfiller Zigarren

www.villigerigars.chVilliger, Zigarrenproduktion und Vertrieb,
auch www.villiger.chwww.wuhrmannigars.chDie älteste Zigarrenmanufaktur der
Schweizwww.zigarren-online.ch

zigarren-online

...com

www.avo.comwww.griffinscigars.comwww.privatestock.chwww.zinoplatinum.comwww.capitanacubana.com

Villiger La Capitana Cubana

www.darier-cleef.com

Darier & Cleef – Panama

www.davidoff.com

Website von Davidoff International

www.donesteban.com

Don Esteban

www.guevarracigars.com

Zigarren von den Philippinen

www.indiancigars.com

Rocky Patels Indian Cigars

www.josefinatabacos.comExklusiv-Importeur brasilianischer
Premium Zigarrenwww.kohlkopp.com

Kohlhase, Kopp & Co

[www.laura-chavin.com \(.de\)](http://www.laura-chavin.com (.de))

Laura Chavin Cigars

www.manilacigars.com

Philippinische Zigarren

www.patoro.comPremiumzigarren aus der
Dominikanischen Republik

...de

www.5thavenue.deOffizieller deutscher Alleinimporteur
für Habanoswww.amold-andre.de

Arnold André Cigars in Bünde

[www.coloncigars.com \(.ch\)](http://www.coloncigars.com (.ch))

COLÓN-Panama

[www.dannemann.de \(.com\)](http://www.dannemann.de (.com))

Dannemann Cigarren und Burger Söhne

www.el-mundo-del-tabaco.de

El Mundo del Tabaco

www.eurocigars.de

Premium – Marken – Importeur

www.fellows.de

Clubmaster Cigarillos

www.independence-cigar.de

Independence Cigars

www.messmer-cigarre.de

Messmer Cigarrenmanufaktur

www.schustercigars.de

Cigarrenfabrik August Schuster, Bünde

www.toscani-zigarren.de

Toscani

HÄNDLER

...ch

www.aztecocigars.comInternetvertrieb von mexikanischen
Premium Zigarrenwww.cigarcompany.chThe Royal Cigar Company GmbH,
Münchensteinwww.cigamet.ch

Schweizer Online-Shop

www.cigarrenexpress.ch

Cigarren und Accessoires

www.cigarrenshop.ch

Lorenz Arnet, Vorstadt 12, Zug

www.cigarros.ch

Juliany – Cigarros, Rietheim

www.cigars.ch

Easydone AG, Urdorf

www.cigarshop.ch / www.cigar-shop.ch

Longfiller u.a. BOSSNER-Zigarren

www.daety.ch

Direktversand von Kautz-Stumpfen

www.die-cigarre.ch

Exklusiver Online-Shop

www.doncigarro.ch

Don Cigarro – kingdom of cigars

www.gerard.ch

Gerard Pére et Fils in Genf

www.gourmetandcigar.ch

Gourmet + Cigar, Luzern

www.havanasmokersclub.chPreisgünstiger und qualitätsbewusster
Zigarren-Shop.www.lacorona.chZigarren- und Spirituosenladen
La Corona, Rapperswilwww.le-cigarbox.ch

Schweizer Online Shop

www.perronecigares.chPerrone Cigares
Bahnhofplatz, 6300 Zug
Shop, Bar und Lounge mit grössten
begehbaren Humidor in der
Zentralschweizwww.philipp-maremonti.ch

Gesamtes Havanas-Sortiment

www.portmantabak.ch

Urs Portmann

www.premium-cigars.ch

Premium Cigars, Nidfurn

www.saeuberli.ch

Säuberli AG, Basel

www.smoke.chGusto Modial, 8004 Zürich
Import und Handel von Kubanischen
Zigarrenwww.tabakgourmet.ch

Tabak-Spezialgeschäft

www.welltabac.ch

Zigarren Wellauer in St. Gallen

www.yourcigar.chZigarren-Onlineshop, Smoker-Events,
Smoker-Punktekonto, Zigarren-Abo
Your Cigar GmbH, 5034 Suhrwww.zegg.ch

Duty Free Arcada

Zegg Cigars

7563 Samnau

...com

www.altadis.com

European Tobacco Company online

www.bestof-cigars.comDas Internet-Portal für philippinische
Premium Zigarrenwww.cigarrenparadies.com

Shop und «Bar zum Tisch», Winterthur

www.cigars-havanas.com

Zigarren aus Kuba

www.doncigarro.com

Schweizer Online-Shop

www.flury.com

Cigarren Flury, Bern

www.la-casa-del-habano.com

Die Casa del Habano in Bergheim/Köln

www.zigarren-herzog.com

Zigarren Herzog in Berlin

...de

www.altetabakstube.de

Alte Tabakstube in Stuttgart

www.cigarren-contor.de

Cigarren-Contor

www.cigarren-freese.de

Joh. Freese Versand, Bremen

www.derst-cigaren.de

Die Geschäfte von Tabak Derst

www.exclusivecigars.deExklusivecigars
Zigarren-Pfeifen-Spirituosen
Schloss-Arkaden
Platz am Ritterbrunnen 1
38100 Braunschweig
+49 531 4737870
Fax +49 481 1484www.hugoahn.de

Cigarren Jahn in Solingen

www.kroehnbress.deZigarrenfachgeschäft in dem Potsdamer
Platz Arkaden Center
Kröhan, Bress & Co. KG
10785 Berlinwww.mettner.de

Tabak Mettner in Wuppertal

www.pfeife.de

Peter Heinrichs in Köln / Niederaussem

www.smoke-der-tabakladen.de

Tabakladen in Starnberg

www.tabak-goetz.de

Tabak Götz in Regensburg

Anzeigen



QN-CANTINA

Ihr Fachgeschäft
für Weine und
Cigarren.

Geöffnet täglich ausser
Sonntag von 17.00 bis
20.00 Uhr oder auf tele-
fonische Anmeldung.

Qn-Bar • QN-Lounge • QN-Restaurant • Rikonerstrasse 52
8307 Effretikon • Tel: 052 355 38 38 • www.qn-world.ch



Flury 1867

Bahnhofplatz 3, Schweizerhoflaube, CH-3011 Bern
Telefon 031 311 37 03, Fax 031 311 37 69
Homepage: <http://www.flury.com>, E-Mail: info@flury.com

Davidoff *dunhill* *S.T. Dupont*

Auf unseren Web-Seiten finden Sie: Verfügbarkeitsliste
kubanischer Zigarren, Preisliste der Davidoff-Zigarren,
AVO-Zigarren-Sortiment, Bestell-Formular

Wir freuen uns, Sie in unserem Geschäft begrüßen zu dürfen: Nebst der
grossen Auswahl an fachgerecht gelagerten Zigarren verschiedener Provenienzen
können wir Ihnen auch eine Vielfalt an Accessoires anbieten!

www.tabak-hilden.de
Tabak Hilden, Langerwehe

www.tabak-kontor.de
TABAK-KONTOR, Leipzig

www.tabak-sommer.de
Tabak Sommer in München, Online-Shop

www.tabakhaus-siegfried-hoffmann.de
Tabak Siegfried Hoffman, Lahr

www.tabakmeier.com
STEFAN MEIER KG TABAKWAREN
Rathausgasse 26
79098 Freiburg
+49 0761 / 36457
Fax 0761 / 35457
contact@tabakmeier.com

www.tannenlaedchen.de
Tannenlädchen, Tabakgeschäft in
Ilmenau

www.tobacco.de
Tabak Linzbach in Düsseldorf,
Online-Shop

www.zechbauer.de
Tabakwaren Zechbauer in München

www.zigarren-bugge.de
Tabakecke Bugge,
Villingen-Schwenningen,
auch www.bugge-cigars.de

www.zigarren-ebert.de
Zigarren Ebert in Fürth, Bayern

www.zigarren-gil.de
Zigarren Gil, Online-Shop

www.zigarren-joest.de
Zigarren Joest in Bad Honnef

www.Zigarren-Krueger.de
Zigarren Krüger, Online-Shop

www.zigarren-kultur.de
eurocigars – Direktvertrieb

www.zigarren-stenger.de
Zigarrenhaus Stenger in Aschaffenburg,
Online-Shop

www.zigarrenhaus-puett.de
Zigarrenhaus Pütt in Lippstadt

www.zigarrenhaus-rauchzeichen.de
Zigarrenhaus Rauchzeichen in Potsdam

www.zigarrenversand.de
Online-Shop

...at
www.wob.at
WOB Wolfram Ortner – Cigarren, Cutter,
Hochprozentiges

ACCESSOIRES

...ch
www.artcigar.ch
Lebensart und mehr

www.cigardrillo.ch
Technisch ausgereifter Zigarrenbohrer

www.eza.ch
Edle Humidors aus Schweizer
Handarbeit

www.havanna.ch
Online-Shop mit kubanischen Zigarren
und Humidors

www.humid-tobacco.ch
Humid Tobacco, Tabak- Befeuchter

www.humidor.ch
Humidors, Accessoires und mehr

www.michel-perrenoud.ch
Manufaktur von Humidors

www.whiskycigars.ch
Zigarren und Single Malt Whisky

...com
www.antique-safes.com
Humidors aus alten Safes

www.humidorhouse.com
Preiswerte Humidors und Accessoires,
Online-Shop

www.idee-exclusiv.com
Zigarrenzubehör, Online-Shop

www.lomewood.com
Exklusive Accessoires aus tropischen
Massivhölzern

www.manninghumidors.com
Manning, handgemachte Humidors
aus Irland

www.microtorches.com
Blazer Europe, Blue Flame Zigarren-
Feuerzeuge

www.widmerhumidor.com
Widmer – Humidor-Vertrieb

www.wolfertz-gmbh.com
Wolfertz Zigarrencutter

www.zigarrenwebshop.com
Accessoires

...de
www.andre-humidore.de
André Humidore, Baumaterial
für Humidors

www.eurocave.de
Eurocave, Klimaschränke für Zigarren
und Weine

[www.humidordiscount.de\(.ch\)](http://www.humidordiscount.de(.ch))
Humidordiscount, preiswerte Humidors
und Accessoires, Online-Shop

www.Lifestyle-Ambiente.de
Humidors, Online-Shop

www.xikar.de
Xikar Zigarrencutter

...at
www.vol.at
Zigarren-Accessoires

SMOKER CLUB, FOREN

Schweiz
[artcigar + co](http://artcigar.co), 5432 Neuendorf/Baden
www.artcigar.ch
Begehrter Humidor, romantisches
Ambiente, Single Malts und mehr.
Di – Sa. 16 – 23 Uhr

[artcigar + co](http://artcigar.co), 5600 Lenzburg
www.artcigar.ch
Begehrter Humidor, auf zwei Etagen
Rauchgenuss, Single Malts und mehr.
Mo. 13 – 23 Uhr, Di. – Fr. 8 – 23 Uhr

[artcigar + co](http://artcigar.co), 5000 Aarau
www.artcigar.ch
Zwei begehrte Humidors, 1. AVO-
Lounge weltweit, AVO round and around
Mo. 13 – 23 Uhr, Di. – Sa. 8 – 23 Uhr

[artcigar + co](http://artcigar.co), 4310 Rheinfelden
www.artcigar.ch
Begehrter Humidor, AVO-Lounge,
AVO round and around

AVO-Lounge by Café des Arts
Barfüsserplatz 6, 4051 Basel
www.desarts.ch
+41 (0)61 273 57 37

AVO-Lounge by Cigars & More
Im Hauptbahnhof, 6300 Zug
www.cigarsandmore.ch
Ihre Cigar- und Whisky-Lounge im Zuger
Hauptbahnhof – 365 Tage im Jahr
geöffnet.

AVO-Lounge by Lattmann's
7310 Bad Ragaz
www.lattmanns.ch
Mo – Sa ab 16 Uhr
66 Malt Whisky, 22 Grappa,
77 italienische Weine, 99 Cigarren
Marken u. Formate
Shop Mo – Sa ab 16 – 24 Uhr,
Apéro-Events, Jazz-Konzerte

AVO-Lounge by Smuggler
Pfistergasse 7, 6003 Luzern
+41 (0)44 740 77 90

«Bar zum Tisch» Cigarrenparadies
8400 Winterthur
www.cigarrenparadies.ch
Treff für Kenner guter Champagner.
Grosse Auswahl an Rum, Whisky und
Portwein.
Mi. – Do. 19–24 Uhr, Fr. – Sa. 19–02Uhr

Caesars' Bar Lounge Cabaret
8004 Zürich
www.caesars.ch
fine Cigars, stunning girls, cool drinks,
great shows

Castello Gigi Weine&Zigarren
8965 Berikon / AG
Di – Fr 14–19 / Sa 10–16.30,
Mo. Geschlossen
Davidoff, Zino, Avo, Cohiba, Partagas,
usw. Weine aus aller Welt

Chlösterli
3783 Grund bei Gstaad
www.chlosterli.com
Mitte Dezember – Ende März und
Mitte Juni – Ende September
Alpenbistro bei Dalsass (nur im Winter)
Lounge-Bar-Dancing

Cigar Club Baden
0041 56 441 96 35
Hauptstrasse 50
5212 Hausen AG

Cigar Club Solothurn
+41 (0)32 621 45 88

Cigarren Club Maduro
4600 Olten
Am Salzhüslweg im Zentrum von Olten
Donnerstag bis Samstag, von
17.00–23.30 Uhr (Do. ab 18.30 Uhr)
Begehrter Humidor, grosse Auswahl an
Whisky, Rum und Portweinen

Cigarrenparadies
8400 Winterthur
www.cigarrenparadies.ch
Grosse Auswahl an Cigarren, Whisky,
Rum und Portwein. Mi. – Do.
19 – 24 Uhr, Fr. – Sa. 19 – 02 Uhr

Cut'n'smoke cigar club bern
3000 Bern
www.cigarclubbern.ch
1. Cigar Club in der Hauptstadt Bern

Gleis 9 Bistro Bar Smoker's Room
8050 Zürich
www.gleis9.ch
Smoker's Room in historischem Gebäude

Anzeigen

Releases the true pleasure
of a fine cigar



★★★
SWEDISH MATCH

Swedish Match Schweiz AG
8708 Volketswil
Tel. 043 399 49 39
www.feudor.ch



**ZEGGCigars
Humidor**

begehrter Humidor
25 m³

Davidoff, Laura Chavin
Patoro, A. Fuente,
Habanos, Padron,
uvm...

ZEGG
Duty Free Arcada
CH-7563 Samnaun
Tel. +41 (0) 81 868 54 30
Fax +41 (0) 81 868 54 57
info@zegg.ch
www.zegg.ch

Gourmet & Cigar Club Lucern
c/o Christoph Waser
Postfach 58, 6362 Stansstad
www.gandc.ch, Geniesserclub – Gäste
sind herzliche Willkommen

Habana Club St. Gallen
habanaclub@bluewin.ch, St. Gallen

Hotel Restaurant Jakob
+41 (0)55 220 00 50

Hotel Waldhaus am See
+41 (0)81 836 60 00

It's Hardy's; the Bar
3780 Gstaad
www.bernerhof-gstaad.ch
Grösste Zigarren- & Whiskey-Auswahl in
Gstaad. Jukebox aus dem Jahre 1958.

La Corona
Cigar & Spirituosen, regelmässige
Smoker-Nights und Tastings
Kluggasse 1, Rapperswil
www.lacorona.ch

Lindner Grand Hotel Beau Rivage
Weinstube La Bonne Fourchette
«Vins et plus», 3800 Interlaken – Schweiz
www.lindnerhotels.ch
Donnerstag bis Montag ab 17.00 Uhr
geöffnet November bis April
Reichhaltige Auswahl an Zigarren

Mont Cervin Palace
3920 Zermatt
www.montcervinpalace.ch
Grosses Angebot an Zigarren aus Kuba
und der Dominikanischen Republik.

PARK HOTEL VITZNAU
6354 Vitznau
+41 (0)41 399 60 60
+41 (0)41 399 60 70
www.parkhotel-vitznau.ch

Rossini Bar&Lounge
5400 Baden
www.rossinibar.ch
Täglich von 18 – 02 Uhr geöffnet.
Grosse Auswahl an Single Malt Whisky,
Rum und Zigarren.

The Connoisseur Cub
Hotel Platanen Hof
+41 (0)62 865 71 71
Bahnhofstrasse 21, Frick AG
www.connoisseur-club.org

Restaurant Bar des Arts
+41 (0)61 273 57 37

Restaurant & Lounge Sonne
Karin und Michael Hauenstein
5316 Leuggern, www.sonne-leuggern.ch
Schöne Auswahl von Zigarren,
Whisky und Rum. Di. und Mi. Ruhetag

Smokerlounge im Restaurant Chämihütte
5417 Untersiggenthal
www.chaemihutte.ch
Ausgewählte Zigarren von Davidoff und
aus Cuba, Dom.Rep. sowie Philippinen
Mo./Di. Ruhetag

www.qn-world.ch
QN-Lounge, die wohl schönste Smoker-
Lounge der Schweiz

Zino Platinum Club-Lounge-Bar
Oberdorfstrasse 51, 8953 Dietikon
+41 (0)44 740 77 90

Zürich Cigar Club
8001 Zürich
Telefon +41 (0)79 208 04 75
24 Std. / 7 Tage / Woche im
Rennweg-Quartier
Das Sortiment wird nach den Wünschen
der Mitglieder ausgebaut.

Zytclub cigars bar lounge
6300 Zug, www.zytclub.ch
Di bis Sa 8.30 bis 12.00 bzw.
02.00 Uhr.

Deutschland
Café Hemingway
im Hotel Viktoria
+49 (0)761 364 57
Eisenbahnstrasse 54, Freiburg

Cigar Smokers' Society
Kempinski Hotel Gravenbruch Frankfurt
+49 (0)69 389 88 610
Graf zu Ysenburg Büdingen Platz 1
www.cigarsmokersociety.com

Davidoff-Lounge
D-54486 Mülheim/Mosel
www.weinromantikhotel.de

Havana Lounge
Business Club Hannover
30159 Hannover
www.hl-hannover.de
Zentraler Meetingpoint direkt gegenüber
der Oper, perfekte Verbindung von
Business und Genuss.

Krohan, Bress & Co. KG
www.krohanbress.de
10115 Berlin
Zigarren-Fachgeschäft und
Smokersroom

LA GALANA Zigarrenmanufaktur
www.lagalana.de
Wir organisieren den LA GALANA Club
del Tabaco für Gruppen ab 8 Personen.
Unsere Gäste dürfen ihre eigenen
Zigarren rollen.

Mövenpick Hotel Frankfurt City
60327 Frankfurt am Main
www.moevenpick-frankfurt-city.com
All Day Bar – direkt an der Messe
und Festhalle
Täglich 6:00 – 1:00 Uhr

Ringhotel Zum Goldenen Ochsen
«Rauchzeichen am See»
Cigarlounge · Whiskybar · Restaurant ·
Vinothek. www.ochsen.de
Tel. +49-7771-9184-0
D-78333 Stockach

Renaissance Köln Hotel
50672 Köln
www.renaissantheotel.com
Alexander's Bar

Tabak Höing
Regelmässige Smoker-Nights
+49 (0)201 25 60 25
Essen

Y Julieta Smoker Lounge
Begehrter Humidor
+49 (0)89 53 81 90 00
Beethovenplatz 2, München

www.aficionados-zwickau.de
Zwickauer Zigarren- und Pfeifenclub

www.bayerischezigarengesellschaft.de
Mövenpick Künstlerhaus
Lenbachplatz 8, München

www.smoker-club.de
Cigar-Cult-Club Wiesbaden

www.smokersparadise.de
Smoker's Paradise

www.zigarrenwelt.info
Der aktuelle Internethumidor – Relaunch
der legendären Zigarrenwelt mit täglichen
News und umfangreichem Archiv.

www.zigarren-zirkel.de
Cigar Circle, Bensheim

Österreich
1st. Hemingway Cigar's Club
9061 Klagenfurt
hemingway.cc@golfrestaurent-feistritz.at
Förderung des genusslichen Zigarren-
rauchens und Pflege der Wein- und
Whiskykultur sowie des Golfsports.

Cigaren & Club ZK
office@publico.co.at
Internationaler Cigarrenclub Gasteinertal
info@gourmethotel-moser.com

www.compufit.at/cigarre
Website des Neunkirchner Cigarrenclubs

www.wob.at/cigarclub/derclub.htm
Cigar-Club in Bad Kleinkirchheim

www.zigarrenclub.at
Website des 1. Linzer Zigarrenclubs

www.zigarrenrunde.at/tf
Zigarrenrunde Wien

Liechtenstein
Cigar-Cult-Club
+423 232 23 21

Südtirol
QuoVadis Zigarren Klub
39052 Kaltern Südtirol
www.quovadis-kaltern.it
Bahnhofstrasse 10, Di-So
18-01 Uhr, Tel +39 333 83 081 34
Cohiba&Co.

PRIVATE SEITEN

www.art-of-smoke.de
Private Zigarren-Site

www.cigargroup.com/faq/
Antworten auf oftgestellte Fragen rund
um die Zigarre (englisch)

www.Rauchkultur.de
Umfangreiche Zigarrendatenbank

www.schmauch.de
Die Schmauchseite

www.zigarren-datenbank.de
Rauchiges Archiv und mehr

SONSTIGES

www.cigar-night.de
Events rund um das Thema Zigarre und
Genuss

www.donnia.de
The Art of Cigar

www.humidorguide.de
Alles über Humidors

www.tabacart.com
Kunst rund um die Havanna

www.tosera.de
Tipps zum Tabakanpflanzen

www.zigarren-datenbank.de
Rauchiges Archiv

www.zigarren-verband.de
Bundesverband der Zigarrenindustrie
Deutschland

Anzeigen

Besuchen Sie uns auf
zigarren-online.ch

Überzeugen Sie sich
von unserem
vielfältigen Angebot
und exzellenten Service

Z

www.zigarren-online.ch
Christoph Läublin

TABAKLÄDELI
THE FINE ART OF SMOKING

Christian Fleisch

Tabaklädeli
Albisstrasse 29
CH-8134 Adliswil
Telefon 044 710 11 35
Fax 044 710 11 34
info@tabaklaedeli.ch
www.tabaklaedeli.ch

For the finest Cuban Cigars

AMG
by appointment only in Zürich
world wide postal service

tel : 0041(0) 22 788 61 41
email : zigarreamg@gmail.com

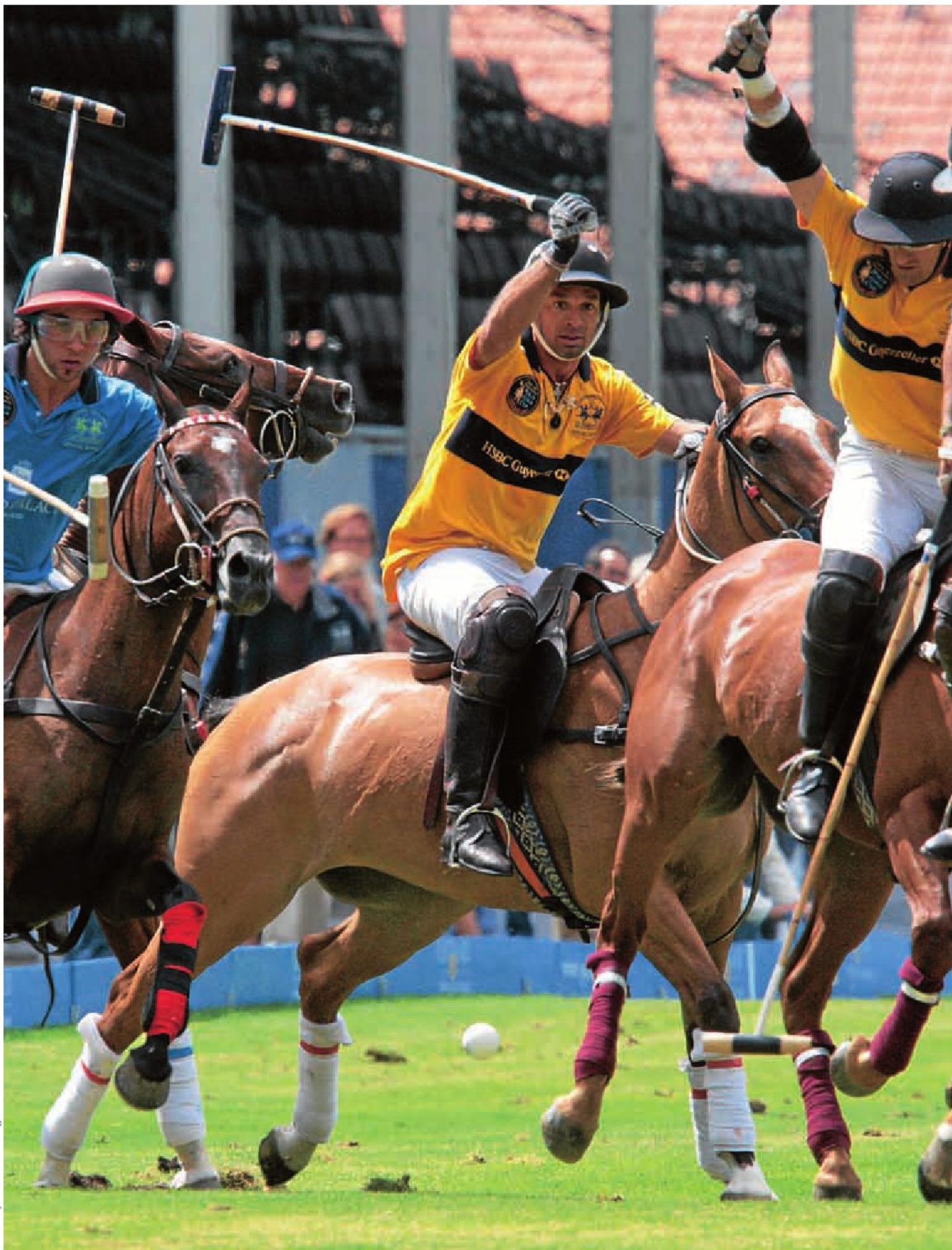


Foto: Andy Mettler/swiss-image.ch

Acht Pferde, harte Männer, ein Ball – das ist Polo: Gespielt wird hoch zu Ross, geschlagen mit dem Stick mit «Zigarre». Und nach jedem Tor werden die



POLO IN GSTAAD

Pferde, Schweiss und Berge

Der Höhepunkt der Schweizer Polo-Sommersaison findet beim malerischen Gstaad statt – am Hublot Polo Gold Cup messen sich die Polo-Cracks in einer der exklusivsten, schnellsten und spannendsten Sportarten der Welt.

TEXT: PETER TSCHARNER

Die Euro ist vorbei, jetzt gehen wir wieder richtigen Sport schauen – nicht solchen, bei dem schon der kleinste Schubser ausreicht, damit sich gestandene Männer am Boden wälzen und nicht solchen, bei dem die Ausgeschiedenen bittere Tränen weinen. Nein, sondern einen Sport, bei dem es nach Pferdeschweiss riecht, bei dem es egal ist, wenn ein Reiter fällt und das Spiel nur unterbrochen wird, wenn ein Pferd fällt oder auch schon nur eine Bandage an einem Pferdebein sich löst. Polo eben.

Die beste Gelegenheit, hochstehendes Polo zu sehen gibt es diesen Sommer am Polo-Event in Gstaad, wo sich auf dem Flugplatz Saanenland vier hochkarätige Teams zu einem Turnier treffen. Die dritte Austragung als Gold Cup – zehn Jahre lang figurierte er vorher als Silver Cup in den Kalendern der grossen europäischen Polo-Turniere – hat denn mit der zum Luxuskonzern Louis Vuitton Möet Hennessy (LVMH) gehörenden Edeluhrn-Marke Hublot auch

einen standesgemässen Namenssponsor gefunden, deren CEO Jean-Claude Biver nach Turnieren in Argentinien und St. Tropez nun auch in der Schweiz seine Marke mit dem dynamischen und präzisen Sport verbinden will.

Das Spielfeld ist sieben Mal so gross wie ein Fussballplatz

Die Spielregeln sind jedenfalls relativ einfach: Auf dem 300 Yards langen und 200 Yards breiten Spielfeld (entspricht etwa sieben Fussballfeldern), gilt es, den Ball aus gepresstem Bambusholz oder Kunststoff von knapp acht Zentimetern Durchmesser zwischen den beiden Torpfosten auf der Linie der gegnerischen Platzhälfte durchzuschlagen, die 8 Yards auseinanderstehen – wobei es keine Rolle spielt, in welcher Höhe der Ball passiert. Jede Mannschaft besteht aus je zwei Verteidigern und zwei Stürmern, die den Poloschläger, den Stick, nur in der rechten Hand halten dürfen und mit dem unteren Schlägerteil, der «Zigarre» den Ball schlagen. Erfunden wurde das



GSTAAD®

 COME UP-SLOW DOWN

Spiel vor Jahrtausenden, vermutlich irgendwo in den asiatischen Steppen durch Dschingis Khans Vorfahren. Eignermassen verlässlich weiss man, dass ein poloartiges Spiel vor 2700 Jahren in Persien gespielt wurde und sich über den ganzen Orient ausbreitete, bis ihm die Tibeter den endgültigen Namen «Pulu» (Ball) verliehen. An chinesischen Kaiserhöfen wurde Polo ebenso gespielt wie am Hofe von Harun al Rashid, des Kalifen von Bagdad. Die Engländer brachten Polo schliesslich Mitte des 19. Jahrhunderts nach Europa und nach Amerika – sie sorgten, wie für die meisten anderen modernen Sportarten, auch für ein erstes Regelwerk. Das wäre aber dann fast die einzige Parallele zum Fussball.

O.K., auch hier, wie im Fussball an der Euro, sind die Spieler zumeist Millionäre, die «Patrons», die Teamleiter sowieso. Denn Polo ist ein Sport, der einiges kostet: In jedem der vier bis acht Spielabschnitte zu siebeneinhalb Minuten setzen die Spieler neue Pferde ein – pro Spieltag darf ein Pferd höchstens zwei dieser sogenannten «Chukker» absolvieren.

Und die Topspieler kommen auch nicht gerade für ein Taschengeld nach Europa: Wer ein Handicap 10 besitzt, die höchste Spielstärke, stammt sowieso zumeist aus Argentinien und hat sechsstellige Honorarforderungen für einen Auftritt. Denn unter den Schweizerinnen und Schweizern, die hoch zu Ross der Kugel nachjagen, ist das höchste der Gefühle ein Handicap 5 und nur gerade ein gutes Dutzend der rund 120 registrierten Spieler weist überhaupt ein positives Handicap auf.

Ein Topspieler als Nachhilfelehrer für die Schweizer

Die Schweiz ist also – wie die meisten europäischen Länder – polotechnisch ein Entwicklungsland, praktisch also, dass Monsieur Biver als Botschafter für seinen Brand und seine Produkte den argentinischen Handicap-10-Spieler Miguel Novillo Astrada mit nach

Gstaad bringt. Allerdings: Spielen wird Astrada hier nicht. Das hat vor allem mit der relativ komplizierten Teamhandicap-Regel zu tun: Zwar ist Gstaad ein High-Goal-Niveau-Turnier, in dem das gesamte Handicap des Teams bis 18 Punkte betragen kann.

Im Gegensatz zu vergangenen Austragungen verzichten gleich alle vier europäischen Patrons, ein in England lebender Schweizer, ein Franzose, ein Österreicher und zwei Schweizer, die gemeinsam als Patrons auftreten, auf das Engagement eines «Überfliegers», wie es ein Handicap-10-Spieler in einem solchen Turnier sein könnte – auf einen Star, neben dem im Handicap nur noch tiefer geratete Spieler im Team Platz finden würden, das in der Kumulation nicht über 18-Goals kommen darf.

Durch diesen Entscheid, maximal einen 8-Goaler (Juan José Brané aus Argentinien) oder noch lieber gar nur 7-Goaler (Ignacio Tillous, Eduardo oder Francesco Menendez, alles Argentinier) ins Team einzubauen, dürfte der Hublot Gold Cup 2008 in Gstaad umstritten sein, wie noch selten zuvor. Die Teams sind auf dem Papier alle gleich zu bewerten, ein eigentlicher Favorit ist nicht auszumachen.

Dazu trägt bei, dass nicht weniger als 10 der 17 engagierten Spieler aus vier Ländern die besonderen Verhältnisse auf dem Flugplatz-Spielfeld bestens kennen und es zusammen auf ein gutes Dutzend Finalteilnahmen bringen.

Das Augenmerk der Fachleute und der Zuschauer wird sich in diesem Jahr auf ganz spezifische Merkmale richten, wie der Formzustand von Brané, einem der grössten Talente der letzten Jahre, der in den letzten Monaten an grossen Turnieren aber nur selten zu sehen war. Oder die Fortschritte der Menendez-Brüder, die sich seit jeher vor allem in taktischer Hinsicht auf dem Spielfeld verstehen, wie kaum ein anderes Duo. Oder man wird auf Marambio achten, ein Spieler, der im letzten Jahr in Gstaad völlig verblüffte und auch höher geratete Cracks in den Schatten stellte.



Ein Hauch von Ascot: Zum Polo gehört auch das Sehen und Gesehen werden dazu.

Oder man schaut bei den Patrons auf den Franzosen Franck Dubarry, der zum ersten Mal in der Schweiz antritt oder auf den Österreicher Robert Kofler, der im letzten Jahr bei seiner Gstaad-Premiere mit seinem Finaleinzug fast die Sensation schaffte. Oder man wird mit Interesse beobachten, wie Fabien Pictet seinen talentierten Sohn Sascha ins High-Goal-Spiel bringt und wie sich die beiden Schweizer Patrons Thomas Rinderknecht und Piero Dillier die Rolle als Captain teilen.

Die vier gemeldeten Teams versprechen auf jeden Fall hochstehende und hart umkämpfte Spiele; Start ins Turnier ist Donnerstag, 14. August, die Finals sind am Sonntag, 17. August, auf dem Flugplatz Saanen-Gstaad.

Anzeige

Humidore der Extraklasse
für höchste Ansprüche:
**Beste Technik
in neuem Design.**

Prestige
Electronic

Der neue Humidor Prestige. Bewährte Technik in trendigem Outfit. Klare Linien und elegantes Design kombiniert mit modernster Technik.

- vollelektronische Steuerung
- Temperatautomatik
- Luftfeuchterregulierung
- Tabakkäferschutz "Zapper"
- keine Niederschlagsbildung
- UV-Schutzglas



Extraklasse! Ob Edelholzoptik oder lackiert, ob Schwarz oder Weiß.

Vieles ist möglich.

Fragen Sie uns.



Hochwertige
Humidoren
aus



Die Pflege Ihrer Zigarren ist für Sie keine Aufgabe sondern die pure Leidenschaft, eine Leidenschaft, die wir mit Ihnen teilen... Seit über 75 Jahren ist anspruchsvolle Klimatechnik unsere Passion.

Wir bieten Ihnen ein vielseitiges Programm vom Befeuchtersystem in Ihrem Humidor bis hin zum hochwertigen, exklusiven Humidor der Extraklasse.

Über Geschmack läßt sich streiten, über Qualität nicht. Lassen Sie sich überzeugen.



In vielen verschiedenen Größen und Ausführungen!

Möchten Sie mehr über uns wissen?
Fordern Sie unser ausführliches
Prospektmaterial an!

brune

Schwarzacher Str. 13
574050 Agaststätten
Tel.: ++49(0) 62 62 - 54 54
Fax: ++49(0) 62 62 - 54 55
e-mail: mail@brune.info
www.brune.info

Profisysteme für Ihre Zigarren

WENN ES NACHT WIRD

über dem Bosphorus

Die Party geht ab in Istanbul – es wird gefeiert, als ob der Weltuntergang bevorstünde. Und so ganz falsch ist dies nicht, denn aus dem Osten drängt die strenge Form des Islam, die mit dem Kopftuch als Symbol schon bald das Ende der Party bedeuten könnte.

TEXT: MICHAEL BAHNERH



Noch vor ein paar Jahrzehnten war Istanbul eine Stadt, in der nicht wenige an Paranoia litten. Aus unterschiedlichen Gründen und vor allem nach 22 Uhr, wenn die schwulen Dealer verschwunden waren und die meisten Freaks ordentlich bedient in ihren Hotelzimmern lagen und bei jedem Geräusch mit einem panischen Anflug nachschauten, ob ihr Pot wirklich gut versteckt ist. Die Nacht gehörte damals der Geheimpolizei, die in jedem Ausländer, dessen Haare über die Ohren wuchsen, einen Midnight-Express-mässigen Grossdealer vermuteten. Meist zu dritt oder fünft stürmten sie Hotelzimmer der Freaks, machten brüllendes Remmidemmi, und wenn sie eine Packung Camel-Zigaretten fanden, machten sie beides fertig, das Hotelzimmer und den Freak.

Damals sass, was ein korrekter Freak war, tagsüber im Café Pudding, dieser Schaltzentrale des Hippietrails gegenüber der Blauen Moschee und wartete. Und wartete. Entweder auf eine Mitfahrgelegenheit auf dem Weg durch die Türkei, Iran, Afghanistan, Pakistan, Indien bis nach, ahh, Goa oder auf Leute, die stes ein wenig durchgeknallt mit der Hälfte des ursprünglichen Hims von dort zurückkamen und afghanisches Haschisch über die Grenzen schmuggeln konnten. Sassen an den Tischen, das Hirn im Irgendwo, studierten das Anschlagsbrett mit den Nachrichten, wer wann wohin geht oder wer schon weg war, und erzählten, wo die Bullen wieder zugeschlagen und wen sie hopps genommen haben, wo es gute Hotels für kleines Geld und Grenzen mit nachlässigen oder bestechlichen Zöllnern gab. Vor dem Café sass meist einer mit Gitarre und spielte was von Bob Dylan oder Cat Stevens oder Leonhard Cohen, und die Tage und Träume verflogen so gemächlich und allmählich wie die Wolken über dem Bosphorus.

Das Pudding ist noch da, ist mittlerweile eine Touristenattraktion der Stadt. Busladungen voller junger Menschen in Flip-Flops mit Digitalkameras, Einweg-Wasserflaschen, nichtssagenden Tat-

toos, Kreditkarten und Vorstadtträumen steigen vor dem Pudding löffelweise aus, und der Tourguide ruft: «Folks, we have ten minutes for the hippies.» Aber im Pudding gibt es keine Hippies mehr, höchstens ein paar Althippies mit grauen Haaren auf der Suche nach einem Gefühl, das es nicht mehr gibt.

Istanbul macht immer noch süchtig

Eines ist geblieben: Istanbul macht immer noch süchtig. Wer einmal auf dieser Insel zwischen Kontinenten hin und her getaumelt ist, eingetaucht ist in das pausenlose Treiben und sich etwas hat fallenlassen, kommt nicht mehr davon los. Alles, was in der Stadt am Bosphorus geschieht, geschieht mit Leidenschaft, und es wird gelebt, als sei das Hier und Jetzt morgen nicht mehr da. Der Nachholbedarf an Leben, den diese Stadt nach Jahrzehnten an der Kandare verspürt, ergiesst sich rund um den zentralen Taksim-Platz und fliesst weit in die Gassen, und auf dem Strom schwimmen Musiker, Intellektuelle, Drogensüchtige, Dealer, Transvestiten, Touristen und all jene Einheimischen, die immer weg wollen, aber nie wegkommen. Schwimmen so lange, bis sie am Nichts hängen bleiben oder an einer Bar, sich mit ein paar Drinks stärken und dann wieder in den immerwährenden Strom der Stadt stürzen. Natürlich dem Nichts entgegen.

Die 14-Millionen-Stadt ist eine Stadt für alle, weil sie alles hat ausser Mass: Kultur, Komfort, Boutiquen und Bars, Basare und Barbieri, das grosse Glück und die grosse Verzweiflung. Man kann hier Bildungsurlaub verbringen, wenn man will, die Hagia Sofia besuchen, das berühmteste Denkmal Istanbuls, diese Moschee, die einst byzantinische Kirche war, mit ihrer Kuppel, die aussieht, wie der Bauch einer schönen Schwangeren, die Blaue Moschee, den Topkapi-Palast, die Basare, dieses ganze Sammelsurium an Kunstwerken aus drei Weltreichen. Man kann auch einfach feiern: die Stadt macht Party-a-Gogo bis zum Hirnschlag. Istanbul riecht, stinkt und schmeckt an der nächsten Strassenecke würzig nach Orient. Sie ist an manchen Ecken voller Raffinesse und Stil, und an der nächsten wie eine Hure, die nur noch an nichts mehr glaubt. Die Stadt stirbt und wird jeden Tag im systolisch-diastolischen Rhythmus des Meeres neu geboren, und sie scheint nie eine Ende zu haben. Nur die Bosphorus-Hängebrücke, die den westlichen mit dem östlichen Teil der Stadt verbindet, ist halbwegs Endstation. Früher konnte man zu Fuss mit ein paar Schritten die Kontinente wechseln, 1,5 Kilometer zwischen zwei Welten. Aber die 70 Meter hohe Brücke wurde zu einem Eldorado für Selbstmörder, und heute dürfen sie nur noch Autos überqueren.



Ein Hauch von Orient: 14 Millionen Einwohner, tausend Gerüche – das ist Istanbul.

«Ja, die Brücke», sagt Sedat. Sedat ist anfangs 50, eigentlich zu alt für die Stadt, besitzt zwei Clubs und hat schlechte Laune. Ein wenig von allem; die Hitze, der Wind, der ausbleibt und die Stadt ein wenig erfrischen würde, die Nächte, der Alkohol, zu viele Zigaretten, und dann ist da noch diese Holländerin, die sich in ihn verliebt und ihr Rückflugticket in die Heimat verfallen lassen hat. Sedat sitzt da, raucht und sagt: «Ist alles zuviel. Ich muss weg, ein paar Tage Fethye oder Kas. Nur chillen, verstehst du? Ohne Frau, nur mit mir selbst.» – «Ach ja, die Brücke, hab ich ganz vergessen. Ein Kumpel ist von ihr gesprungen, vor ein paar Jahren. Hat einfach sein Auto hingestellt, ist über die Brüstung geklettert und das wars. Konnte nicht mehr. Hatte auch ein paar Bars.»

Wer weiss, wie lange die Party dauert?

Draussen ist gerade die schönste Stunde Istanbuls. Die Sonne geht unter und der Himmel verbaut, und die Hektik des Tages flaut ab, es wird ein wenig leise, nicht genug, um die Spatzen zu hören oder die Tauben, aber immerhin. Noch eine Stunde, vielleicht zwei, und die Hektik der Nacht wird in die Strassen und Gassen schleichen. «Natürlich ist heute alles besser als früher», sagt Sedat, «wir sind frei, jedenfalls so frei wie man sein kann, wenn man in den Klauen einer Grossstadt steckt. Vor sieben Uhr



Die Hängebrücke über den Bosphorus.

morgens komme ich nie ins Bett. Was für ein Leben, meine beiden Bars halten mich gefangen. Verkaufen? Das wäre falsch. Ich kaufe gerade eine dritte. Mann, wer weiss schon, wie lange die Party in Istanbul noch dauert?»

Schwer zu sagen, das ist wahr. Draussen in den Vororten drängt die Kopftuchfraktion in Richtung der grossen Tanzfläche, die Istanbuls Zentrum zurzeit ist, und die sehr Gläubigen werden nicht nur kommen um zuzuschauen, wie sich alle ändern manchmal auch ein wenig gottlos amüsieren. Auf der andern Seite ist dies der Sexappeal der Stadt, diese Party zu Füssen der Minarette, dieser Schleier, der sich vor allem immer am Freitag kurz über die Stadt legt und sie daran erinnert, dass es vielleicht doch noch andere Paradiese gibt als die irdischen.

Aber das sind Gedanken, die man sich macht, wenn die Sonne untergeht und der Muezzin ruft, und ein paar Stunden oder ein ganzes Leben später, wenn die Neonlichter sind wie kleine Sonnen in einem Universum voller Bars, Clubs und Spelunken, zieht man wie ein Komet, oder, wenns nicht so läuft, wie ein Asteroid durch diesen Kosmos auf der Suche nach neuen Horizonten, man trinkt, spricht, raucht, löst sich auf, später tanzt man, immer tanzt man in Istanbul, kein Tag ohne die Euphorie der Musik und der Bewegung, man blickt in die schleierhaft dunklen Augen der Istanbulerinnen und sieht ein neues Leben.

«Du bist ein Romantiker, Alter. Komm mal runter», sagt Sedat. «Die Wahrheit geht so. Alle wollen vögeln hier, aber so einfach klappt das auch in Istanbul nicht, und deswegen nehmen jene, die es nicht tun können und das sind viele, deshalb nehmen die Alkohol und Drogen. So ist das. Ohne Scheiss.» Wir sitzen in seinem Club im Stadtteil Ortaköy, direkt am Meer. Das gehört sich so in Ortaköy, wo alle Reichen der Stadt ihre Party machen. Wer nicht mit Limo oder einem Auto vorfährt, das mindestens so viel gekostet hat wie eine kleine Eigentumswohnung, gilt als Verlierer oder Tourist. Sedat ist ein bisschen aufgeregt, weil Mehmet Karabeyoglu da ist, der Star-Jachtdesigner und Vorsitzender des türkischen Automobilverbandes, und Bernie Ecclestone, der Formel-1-Chef, soll mit einer kleinen Entourage voller Frauen, die alle über einen Meter achtzig gross sind, vorbeikommen.

Es gibt da eine schöne Geschichte, wie Istanbul zu seinem Formel-1-Rennen kam. Ecclestone wollte bloss eine neue Jacht kaufen, weil seine alte Pantera nicht mehr schick genug und mit knapp 50 Meter Länge auch zu kurz für einen Milliardär und kleingewachsenen Mann war. Die Wahrheit bei Jachten beginnt jenseits der 55 Meter. «Wie wärs», soll Bernie zu Mehmet gesagt haben, «wenn du mir mit dem Preis entgegenkommen würdest?» Bernie zahlte 15 Millionen Dollar und Istanbul machte das Rennen.

Anzeige

HAVANA
SmokersClub.ch

Der preisgünstige
und qualitätsbewusste
Zigarren-Shop



www.HavanaSmokersClub.ch

HOTELS

Residieren lässt es sich im **«CIRAGAN PALACE KEMPINSKI»**, dem einstigen Sultans-Sommerpalast direkt am Bosphorus. Schönste Terrasse der Stadt mit Pool und Jazz-Bar. Ciragan Caddesi 84 (Stadtteil Besiktas), Tel. +90 212 326 46 46 www.ciragan.com

Ebenfalls in einem Fürstenpalast ist das **«BOSPHORUS PALACE»** untergebracht. 14 Zimmer (ab 115 Euro) sind originalgetreu im osmanischen Stil renoviert. Yaliboyu Caddesi 64 (Beylerbeyi), Tel. +90 216 422 00 03 www.bosphoruspalace.com

SHOPPING

Ein Must – der Grosse Basar mit 15 Kuppeln und 4500 Läden auf der Fläche von 27 Fussballfeldern! Montag bis Samstag 9–19 Uhr.

Carsikapi Caddesi Kapalicarsi (Beyazit). Gewürzmarkt am Ägyptischen Basar.

Montag bis Samstag 8–19 Uhr. Cami Meydani Sokak (Eminönü).

Trendigste Mall: Akmerkez. Nispetiye Caddesi (Etiler).

TANZ

Abtanzen im **«MILK»**. Akarsu Sok 5 (Galatasaray), Tel. +90 212 292 11 19.

Oder ins **«SWITCH»**, Istiklal Caddesi (Beyoglu), Tel. +90 212 292 74 58.

Oder **«SHAFT»**, Serasker Caddesi 13 (Kadiköy), Tel. +90 216 449 05 90. www.shaftclub.com

TÄNZE ZUM ANGUCKEN

Im Derwischkloster Galata Mevlevihanesi tanzen sich Mystiker in Trance. Mittwoch–Montag 9.30–16.30. Galipedede Caddesi 15 (Tünel-Beyoglu), Tel. +90 212 245 41 41

DIVERSES

Blaue Moschee, Hagia Sophia, Topkapi – alle im Stadtteil Sultanahmet.

Istanbul Modern ist das erste Museum für zeitgenössische Kunst. www.istanbulmodern.org

Klub Reina. Muallim Naci Caddesi 44 (Ortaköy), Tel. +90 212 259 59 19. www.reina.com.tr

Rundumblick bietet der In-Spot **«360 Istanbul»**. Reservieren! Istiklal Caddesi 311/32

(Beyoglu), Tel. +90 212 244 81 92, misir360@hotmail.com

REISEFÜHRER

Brauchbare Tipps für Sightseeing, Shopping und Clubbing: **«Style City Travel Istanbul»**, Christian Verlag, 200 S., CHF 35.–.

Bernie kommt doch nicht, Mehmet hat sich schon verabschiedet, und Sedat sagt: «Scheisse. Wäre eine gute Werbung gewesen.» Bernie ist im Reina, dem schicksten Club der Stadt, in den man nur problemlos reinkommt wenn man mindestens die fünftschönste Frau der Welt, Fussballer von Besiktas oder Galatasaray, Formel-1-Fahrer, türkischer Fernseh-Musik- oder Pornostar, ein Freund des Besitzers ist oder wenn man die schwarze Kreditkarte von Amexco besitzt. «Komm», sagt Sedat. Wir steigen in seinen Mercedes M irgendwas und fahren ins Reina, und Bernie ist da, mit seinen Töchtern, die sind wie Chilischoten und erstaunlich gross gewachsen, aber das liegt vielleicht auch an den High Heels, und Bernie ist so klein und so viele Leute stehen um ihn herum, dass man ihn gar nicht

sieht. «Komm», sagt Sedat, «ich hab keinen Bock auf den Jet-Set-Scheiss.»

Fahrt entlang der Küste zurück ins Herz der Stadt, ein paar Zigaretten, Wind, der Geruch von Salz und Sardinen, Madonnas La Isla Bonita Extended Remix aus dem Lautsprecher – Sedat, der alte Romantiker –, ein paar Sätze über Bernie, seine Töchter, Madonna, Drogen und Fussball. Immer in Richtung Beyoglu, den Stadtteil um den Taksimplatz herum, auf dem morgens um fünf immer noch wie immer die Transen stehen. Beyoglu ist wie ein Herz, das ständig schnell schlägt und wie verrückt Blut in einen Kreislauf pumpt, der nie genug bekommt, und es ist eine Reise. Nicht die grosse von einst, die im Pudding ihren Anfang oder ihr Ende nahm, sondern eine von der Dämmerung bis zum Morgengrauen. ●

ENJOY SMOKING

Zigarettenspitzen

elegant

traditionell



hochkarätig

businesslike

Seit Generationen dem
GENUSS VERPFLICHTET
Rauchkultur created by

denicotea

www.denicotea.de

INDIEN ENTDECKEN

wie ein Maharadscha

Kaum ein Land ist für Touristen so anstrengend wie Indien – ausser, man wählt die bequeme Variante und durchquert das Land im Luxuszug. Und das Beste: Mit etwas Glück trifft man im Barwagen auf andere Zigarren-Afficionados.

TEXT: HANS OTT

Mitternacht im Barwagen, der Zug schwankt und rattert über die alten Schienen, draussen scheint der Vollmond über den Hügeln, drinnen steigt der Rauchpegel langsam an, George zündet sich gerade umständlich seine grob gezählt sechste Cohiba des Tages an und erzählt genüsslich, wie er heute eine Auto-Riksha reparieren half. George kommt aus Montgomery, Alabama, hat die Statur eines Catchers und das Gemüt eines Franziskanermönchs – praktisch für den Rikschafahrer, der einen Platten einfiel, aber keinen Wagenheber dabei hatte. Wobei wohl der Reifen dem vereinten Gewicht von George und seiner deutlich jüngeren, aber ebenfalls ziemlich stark gebauten Frau Lisa nicht standgehalten hatte. Das denken wir anderen in der Runde, sagen würden wir es nicht. Wozu auch, immerhin sponsert George grosszügig den Whisky auf unserem Tisch. O.K., und mit Cohibas scheint er sich für den Trip auch ausreichend eingedeckt zu haben, klar, als Amerikaner endlich in einem Land ohne Kuba-Embargo.

Nach der Riksha-Reparatur dreht sich das Gespräch um Indien, die allgegenwärtige Armut, die Strände, die

jahrhunderte- und jahrtausendealten Höhlentempel, den Zug – und immer wieder um den Zug, in dem wir seit bald einer Woche kreuz und quer durch Südindien reisen. Der «Deccan Odyssey» ist einer von einem knappen Dutzend Luxuszügen in Indien.

Eine Milliarde Menschen, Lärm, Dreck – und komfortable Luxuszüge

Reisen in Indien ist ungeheuer faszinierend. Die landschaftliche Vielfalt, die Farben, die Freundlichkeit der Menschen ziehen immer mehr westliche Touristen an.

Doch Reisen in Indien ist auch anstrengend: Eine Milliarde Menschen drängen sich, der Verkehr überbietet, Lärm und grenzenlose Armut sind allgegenwärtig – das schreckt viele ab. Da kommen die Luxuszüge, die auf alten Schienen, aber mit viel Komfort das Land erschliessen, gerade recht – neben dem berühmten «Palace on Wheels», der von Delhi aus Kurs auf die Wüstenstädte Jaipur, Jaisalmer und Jodhpur sowie auf den Taj Mahal nimmt, ist der «Deccan Odyssey» in Südindien in nur vier Jahren bereits zum Klassiker geworden. Jeweils am Mittwoch von September bis April startet der Odyssey von

Mumbai aus, dem ehemaligen Bombay zu einer achttägigen Rundreise.

Und wer so richtig clever ist wie unser George, der hat sich vorher bereits ein bisschen akklimatisiert – begeistert war er vor allem vom Intercontinental Marine Drive, einem kleinen Boutiquen-Hotel mit nur 58 Zimmern, einer ausladenden Dachbar. Und vor allem natürlich von deren riesigen Zigarrenauswahl, soll hier doch demnächst das erste indische Casa del Habano entstehen.

Doch dann geht's los. Eingheckt wird im grössten Bahnhof der Welt, der Victoria Station, einem riesigen Kolonialstilgebäude – pardon, der Entkolonialisierungsfimmel in Indien sorgte dafür, dass der Bahnhof jetzt Chhatrapati Shivaji Terminus heisst.

Unterwegs auf dem zweitlängsten Schienensystem der Welt

Dreieinhalb Millionen Menschen täglich nutzen den Bahnhof, in dem der dunkelblau leuchtende lange Zug eine Oase der Ruhe darstellt. Und Gott sei Dank wartet da schon Kamal, der persönliche Butler in rotem Turban und roter Uniform. Er kümmert sich ums Gepäck, ums grosse Schlafzimmer mit dem bequemen Doppelbett und dem



Kaffee im «Deccan Odyssey» nach einem Ausflug: Die Einrichtung ist etwas barock, die Bedienung perfekt.



Der «Deccan Odyssey» im Abendglühen
– ein fahrendes Luxushotel
mit allem Komfort mit an Bord.



Badezimmer, um die Einkäufe unterwegs, den Apéro nach den Ausflügen, steht immer bereit – rund um die Uhr, 24 Stunden.

Der Zug setzt sich nun langsam Richtung Süden in Bewegung. Im Gegensatz zu den bekannten «Orient Express» und «Palace on Wheels» erschliesst diese Strecke Gegenden, die dem Massentourismus bisher verschlossen waren. Wer hat schon von Ganpatipule oder Ratnagiri gehört? Den eingeweihten Indienfahrern, besonders den Motorradfreaks, ist aber die Strecke von Mumbai nach Goa schon seit Jahrzehnten bekannt als eine der schönsten in Indien. Zuerst aber rattert der Zug über die alten Weichen und Schienen aus dem Bahnhof von Mumbai heraus ins zweitgrößte Bahnsystem der Welt mit über 62 300 Kilometern Schienen zwischen 7000 Stationen und über 11 000 Lokomotiven.

Und langsam meldet sich im steten Rütteln und Schütteln der Hunger – prompt erscheint Kamal und serviert im kleinen Salon des Wagens den Apéro. Hier lernen wir denn auch George und seine Frau kennen, ebenso die anderen Gäste aus unserem Wagen; ein belgisches Ehepaar, zwei Engländerinnen und einen Münchner Professor, der uns gleich einmal mit historischen Daten zu Indien bombardiert. Im Speisewagen wird später ein exquisites Fünfgangmenü serviert – jeweils wahlweise mit indischen oder westlichen Gerichten – und die nicht allzu üppige, aber immerhin recht taugliche Weinkarte präsentiert.

Doch zugegebenermassen, der Höhepunkt des Tages und eigentlich auch der folgenden ist die Zigarre danach im Barwagen; begleitet von allerhand Alkoholischem bilden sich hier die Grüppchen, die auch für den Rest der Reise zusammenbleiben. Reiseerlebnisse werden hier ausgetauscht, Bekanntschaften geknüpft, die auch über diesen Trip hinaus Bestand haben. Und es wird fast immer spät, bevor sich einer nach dem anderen verabschiedet, um für den nächsten Tag

einigermassen fit zu sein, an dem einiges los sein wird. Denn der Zug ist meist nur abends und in der Nacht unterwegs, tagsüber stehen allerhand Ausflüge auf dem Programm.

Bootstouren, Strandtage und eine Riesenportion Kultur

An jedem Tag begeben sich die maximal 80 Reisenden, die in den dunkelblauen Eisenbahnwagen untergebracht sind, auf Expedition. Bootsfahrten durch saftig-grüne Landschaften und lauschige Buchten, Ausflüge zu Forts und in idyllische Städtchen prägen den ersten Teil der Reise. Am ersten Tag

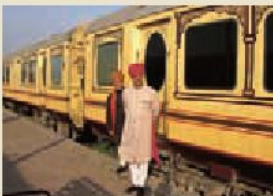
geht es nach dem Frühstück an Bord per Bus zum Bootsanleger Raj Bhatgoan. Die Fahrt geht durch ein unberührtes Indien mit verschlafenen Dörfern und der typischen Landschaft der Deccan Hochebene. Von Raj Bhatgoan cruisen wir dann durch die Backwaters im Hinterland der Küste.

Die Bootsfahrt auf den Wasserwegen wird durch die kühle Brise, eine fast unberührten Naturlandschaft mit malerischen Dörfern, mit freundlich winkenden Menschen, eine Vielzahl von exotischen Vögeln und anderen Tieren eine erste unvergessliche Begegnung mit dem ursprünglichen Indien. Und

wie an jedem der folgenden Tage wird unterwegs auch ein üppiges Mittagessen serviert, mal in einem Luxushotel, mal aber auch am Strand. Überhaupt: Kulinarisch ist die Reise ein Erlebnis, auch wenn manch einem Reisenden die scharfen, endlos lange gekochten indischen Gerichte durchaus mal auf die Verdauung schlagen.

Doch hier kommt uns George mit seinem schier unerschöpflichen Zigarrenvorrat zu Hilfe: «Es gibt nichts Besseres gegen Montezumas Rache als eine echte Cohiba», lautet sein Motto und wir werden den Verdacht nicht los, dass er nur die Welt bereist, um den strikten

DREI VON VIELEN: LUXUSZÜGE IN INDIEN



PALACE ON WHEELS

Der Zug

Der restaurierte Luxuszug nimmt von Delhi aus Kurs auf die Wüstenstädte Jaipur, Jaisalmer und Jodhpur. Höhepunkt der achttägigen Reise ist der Besuch des Taj Mahals.

Dauer

7 Nächte / 8 Tage.

Besuchte Orte

New Delhi – Jaipur – Jaisalmer – Jodhpur – Sawai Madhopur – Chittaurgarh – Udaipur – Bharatpur – Agra – Delhi

Highlights

- Jaisalmer, die Wüstenfestung
- Jaipur, die «rosa Stadt»
- Udaipur, die «Stadt der Paläste»
- Der Taj Mahal in Agra

Preise

Total für 7 Nächte, pro Person in der Doppelkabine: ab 1495 Euro bzw. 2404 Franken



THE GOLDEN CHARIOT

Der Zug

Nach dem berühmten steinernen Streitwagen in Hampi, einem Weltkulturerbe, benannt, fährt der Zug im südlichen Indien durch zeitlose historische Kulturerbe, prächtige Paläste, Natur und goldene Strände.

Dauer

7 Nächte / 8 Tage.

Besuchte Orte

Bangalore – Mysore – Kabini – Hassan – Belur – Sravanbelagola – Hampi – Aihole & Pattadakal – Badami – Goa – Bangalore

Highlights

- Mysore: Die Stadt der Paläste
- Kabini: Safari im Nationalpark
- Belur: A World of Worship
- Hampi: Weltkulturerbe, Träume aus Stein

Preise

Total für 7 Nächte, pro Person in der Doppelkabine ab 1336 Euro bzw. 2149 Franken



DECCAN ODYSSEY

Der Zug

Während der achttägigen Rundreise im eleganten blauen Hotelzug durch den Bundesstaat Maharashtra besuchen Sie faszinierende, exotische Orte wie Goa, Aurangabad, paradiesische Sandstrände und die sagenhaften Felsenhöhlen von Ellora und Ajanta.

Dauer

7 Nächte / 8 Tage.

Besuchte Orte

Mumbai – Jaigadh – Sindhudurg, Tarkali – Goa – Kolhapur, Pune – Aurangabad – Ajanta & Nashik

Highlights

- Eine Bootstour nach Jaigadh Jetty
- Goas paradiesische Strände
- Die Tempel von Ellora und Höhlen von Ajanta

Preise

Total für 7 Nächte, pro Person in der De-luxe-Kabine ab 1585 Euro bzw. 2550 Franken, in der Präsidentensuite ab 2837 Euro bzw. 4564 Franken

www.theluxurytrains.com



Zigarren-Servicetablett

ASTAC hat ein neues Zigarren-Servicetablett für die Gastronomie entwickelt. Die Schere, Round-cutter und Stabfeuerzeug sind an Nylonfäden mit Einzugsmechanismus (60cm) gesichert. Holz, Farbe und Einteilung können auf Wunsch variieren.

www.ASTAC.ch



Andreas Stachl

Dorfstrasse 18
CH-8638 Goldingen

T: +41/ 055 243 43 75

E: mail@ASTAC.ch



Alles so schön bunt hier: Tagsüber im «richtigen» Indien, nachts wohlbehütet im Luxuszug.

Rauchverboten in den USA zu entkommen. Nach ein paar Festungen und den schönsten Strandabschnitten an der gesamten Westküste Indiens landen wir am vierten Tag der Fahrt im kleinsten Bundesstaat. In Goa machen palmengesäumte Strände und kristallklare Seen den Urlaubstraum perfekt – und wir, beziehungsweise der «Deccan Odyssey», wechseln den Kurs und fahren ins Landesinnere. Die Tempel von Ellora und die Höhlen von Ajunta bilden danach den kulturellen Höhepunkt: Im Norden des Bundesstaats Maharashtra wurden aus den harten Felswänden Dutzende von chaityas (Tempeln) und viharas (Klöster) gemeißelt – der Reiseführer «1000 Places to See Before You Die» listet sie mit der Bemerkung «durchaus mit dem Taj Mahal zu vergleichen» auf.

Viel Kultur, «zuviel Steine», murmelt George hin und wieder – doch dem lässt sich durchaus hie und da entfliehen. Begleitet von Kamal als Reiseleiter und Übersetzer begibt sich unser kleines Grüppchen auch mal auf eigene Faust ins Gewühl der südindischen Städte, per Taxi oder «Auto-Rikscha», jenen wundersamen, typisch indischen Gefährten auf Vespa-Basis, mit denen sich das Verkehrsgewühl so viel leichter durchpflügen lässt als mit dem Touristen-Bus, mit dem wir die Sehenswürdig-

keiten abklappern. Die besten Sehenswürdigkeiten sind aber weder Weltkulturerbe noch Tempel noch Felshöhle: unzählige kleine und kleinste Shops, riesige Gemüsemärkte mit unbekannten Früchten und vor allem Menschen, Menschen – Frauen in bunten Saris, Männer in zum Teil löchrigen, aber blitzsauberen und meist gar gebügelten Hemden, halbnackte Kinder.

Aber nach solchen Ausflügen in der Tageshitze ist die «Heimkehr» in den Luxuszug umso schöner: Der Apéro steht bereit, die Dusche ist wahlweise kühl oder heiss. Und überhaupt ist der «Deccan Odyssey» zumindest der Co-Star der Reise mit seinen 22 Wagen, darunter elf Schlafwagen mit jeweils vier Abteilen oder zwei Präsidenten-Suiten. Zwei Speise-, ein Bar-, ein Konferenz- und ein Spa-Wagen (mit Dampfbad, Fitnessraum und Ayurveda-Massage) komplettieren den Zug – damit sich die Reisenden ein wenig an die längst vergangenen Zeiten der Maharadschas erinnern können. Und spätestens nach dem Dinner, wenn wir uns mit George und den anderen wieder in der Bar treffen, fühlen wir uns tatsächlich ein bisschen so, wie sich die Engländer damals gefühlt haben müssen, als Mumbai noch Bombay und der Chatrapati Shivaji Terminus noch die Victoria Station war.

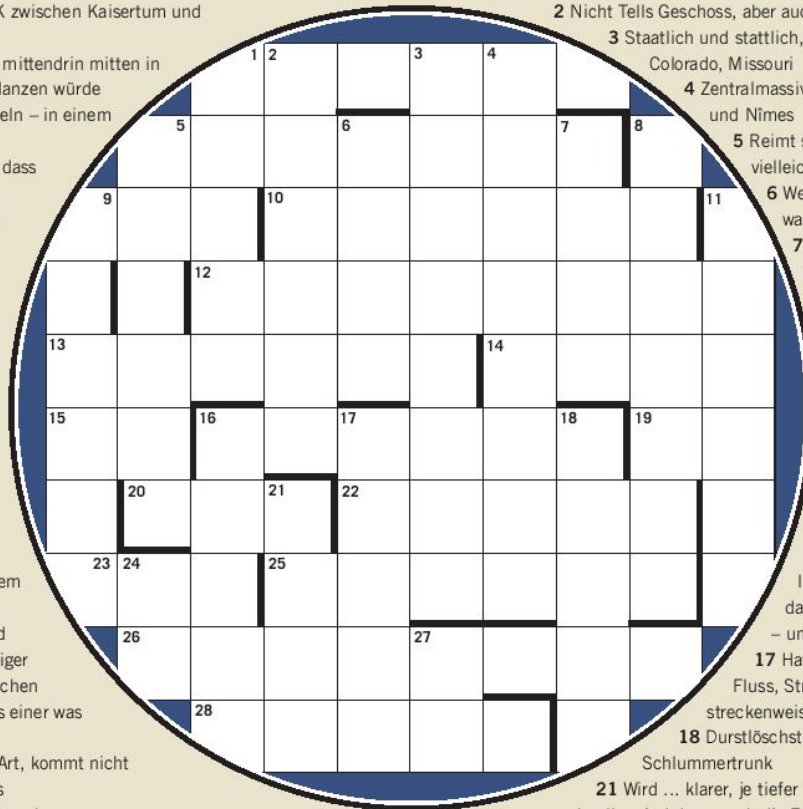
Viel Spass beim Rätseln! Wer das Lösungswort gefunden hat, schickt es auf einer Postkarte oder als E-Mail bis am 6. Oktober 2008 (Poststempel) an: **Edition Salz&Pfeffer AG, Cigar Crossmoke, Postfach 574, 8035 Zürich, E-Mail: info@cigar.ch.**
Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, über die Ziehung wird keine Korrespondenz geführt.

WAAGRECHT

- 1 Auf dem haben leichte Mädchen, unter dem, kein leichtes Leben
- 5 Auf unterschiedliche Weise täglich Brot für Fussballer und Bergarbeiter
- 9 Steht für das chinesische K zwischen Kaisertum und Kapitalismus
- 10 Pflanzen, die Klein Eduard mittendrin mitten in den Indischen Ozean verpflanzen würde
- 12 Bemehlen, beeiern, bebröseln – in einem Wort
- 13 Liefern einen Grund dafür, dass Ägypten nicht Maghreb ist
- 14 Neulich beim Roulette: Als Rotsetzer rotsah, war wohl was gekommen?
- 15 Line, wenn weder off noch dead
- 16 Kommt ohne Feld und ohne Busch aus – jedenfalls in Venetien
- 19 Geht mit He im Kranz und geht mit Hu im Galopp
- 20 Super lieber nicht, aber Aar und Thur gerne
- 22 Kann man austeilen oder einstecken und sind trotzdem keine Trinkgelder
- 23 Macht Eier nicht härter und nicht weicher, nur langweiliger
- 25 Wenn alle ihren Teil am Kuchen möchten, muss mindestens einer was haben?
- 26 Trautes Heim der anderen Art, kommt nicht ohne Bonne und Butler aus
- 28 Lobt sich der, dessen Tinte trocken

SENKRECHT

- 1 Ob Mann einen macht oder einen reisst, hängt von seinen Qualitäten beim Kavaliertsart ab
- 2 Nicht Tells Geschoss, aber auch eines der Missbilligung
- 3 Staatlich und stattlich, quasi, wie auch Arkansas, Colorado, Missouri
- 4 Zentralmassives Hindernis zwischen Mende und Nîmes
- 5 Reimt sich auf neun senkrecht und wird vielleicht sogar dort getragen
- 6 Wenn Abbey Road, dann Penny was?
- 7 Lucius Domitius Ahenobarbus (kurz und kynologisch)
- 8 Einer, der sich drückt, ganz allgemein, oder einer, der drückt, und zwar mitten im Gesicht
- 9 Einer wie drei und siebzehn senkrecht, anderswo
- 11 Sie ist eine, Sie da auch, he Sie da ebenfalls, wenn auch nicht eine höfliche
- 16 Der Schulbank haben Sie es schon gesagt, dem Wiederholungskurs ebenfalls, bleibt noch das Berufsleben, das Sexualleben – und das Leben
- 17 Hat gleich viele Buchstaben wie Fluss, Strom, Kanal – und ist alles, streckenweise
- 18 Durstlöschstrecke von Happy Hour bis Schlummertrunk
- 21 Wird ... klarer, je tiefer man ins Rum-Soda-Glas blickt, ... schneller sind dann auch die Feldchen gefüllt
- 24 Win ist mit dem solchen ein solcher, ich aber auch, und Pel erst recht
- 27 Grosslandkleinkürzel im wahnsinnig weltweiten Werben



LÖSUNGSWORT

1	15	9	25	24	17	19	26	3	5	4	22	24
---	----	---	----	----	----	----	----	---	---	---	----	----

Und das können Sie gewinnen:

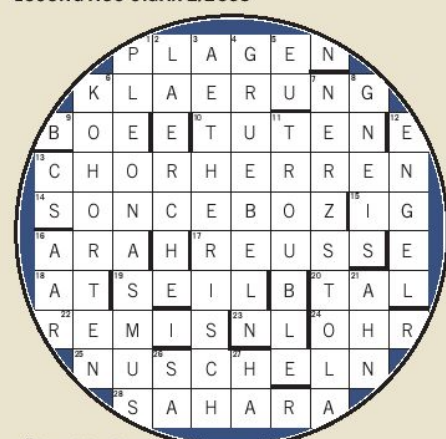
1. Preis:
Ein **Humidor Aficionado**
aus dem Hause Adorini mit
spanischem Zedernholz und
lebenslanger Garantie im
Wert von 989 Euro.



2. bis 4. Preis:
Je ein **Ledergürtel** von Bossner

5. bis 40. Preis:
Je zwei **Eintrittstickets für die Gourmesse**,
die Messe für Geniesser, im Wert von CHF 50.–
www.gourmesse.ch

LÖSUNG AUS CIGAR 2/2008



LÖSUNGSWORT

13	24	8	25	16	13	4	2	21	5	28	13	27	12	7
C	O	G	N	A	C	G	L	A	E	S	C	H	E	N



Kulinarischer Genuss vor einer beeindruckenden Kulisse: Vorbereitungen für eine Weindegustation bei Villette am Genfersee.

Diese 24 Weine wurden für die «Mémoires des Vins Suisse» ausgewählt. Auf den Fotos ist jeweils der erste Jahrgang zu sehen.

CORNALIN



Sorte: Cornalin
Produzent: Mercier, Sierre
Anbaugebiet: 0,72 ha
Pflanzdichte: 10 000 Reben/ha
Alter der Reben: 1988–2004

VIEILLES VIGNES MAÎTRE DE CHAIS



Sorten: Marsanne, Amigne, Pinot Blanc, Heida
Produzent: Provins, Sion
Anbaugebiet: 0,4 ha
Pflanzdichte: 10 000 Reben/ha
Alter der Reben: 1988–2004

HERMITAGE GRAIN NOBLE OCTOGLAIVE



Sorte: Ermitage (Marsanne)
Produzent: Cornulus, Savièse
Anbaugebiet: 0,3 ha
Pflanzdichte: 13 000 Reben/ha
Alter der Reben: 1950–1955

JOHANNISBERG DU VALAIS SAINT-MARTIN



Sorte: Johannisberg
Produzent: Domaine du Mont d'Or, Pont-de-la-Morge
Anbaugebiet: 1,3 ha
Pflanzdichte: 16 000 Reben/ha
Alter der Reben: 1967–1990



Ein Land der NOBLER WEINE

Dass die Schweiz nicht nur gute Schokolade und guten Käse, sondern auch erstklassigen Wein herstellt, ist bisher eine Vermutung. Eine Gruppe von Weinjournalisten und Produzenten will diese mit dem Projekt «Mémoire des Vins Suisses» jetzt glaubwürdig untermauern.

TEXT: HEINI LÜTHY

Wer weiss, vielleicht hats damit zu tun, dass Wein und hohe, schneebedeckte Berge einfach nicht so richtig zusammenpassen. Jedenfalls hat Wein aus der Schweiz nicht den Ruf, Weltspitze zu sein. Uhren können wir gut bauen, weil wir uns nur wohlfühlen, wenn wir pünktlich sind – wie könnten wir uns da auf Uhren verlassen, die im Ausland hergestellt werden? Käse und Schokolade stellen wir her, weil wir sonst die viele Milch unserer Kühe wegkippen müssten. Aber ein guter Wein muss doch im Bordelais, im Piemont oder in der Toscana, notfalls auch im Napa Valley wachsen und gemacht werden.

Falsch. Wie im Ausland haben auch in der Schweiz in den vergangenen Jahren die meisten Produzenten von Quantität auf Qualität umgestellt; einen Anstoss dafür hat der Bund gegeben mit den 1993 erlassenen Mengenbeschränkungen von 1,4 Kilo Trauben pro Quadratmeter Rebfläche beim Weiss- und 1,2 Kilo beim Rotwein. Die meisten kantonalen Vorschriften sind diesbezüglich noch rigider, und die Produzenten der Spitzenprodukte halten sich freiwillig an noch einmal strengere Limiten. Seither behaupten sich einheimische Produkte bei internationalen Wettbewerben regelmässig gegen renommierte Konkurrenz.

SYRAH CHAMOSON VIELLES VIGNES



Sorte:
Syrah
Produzent:
Simon Maye & Fils,
Chamoson
Anbaugebiet: 0,6 ha
Pflanzdichte:
9000 Reben/ha
Alter der Reben:
1982

PETITE ARVINE GRAIN NOBLE



Sorte:
Petite Arvine
Produzent:
Marie-Thérèse
Chappaz, Fully
Anbaugebiet: 0,5 ha
Pflanzdichte:
10 000–14 000 ha
Alter der Reben:
ca. 1960

DÉZALEY GRAND CRU MÉDINETTE



Sorte:
Chasselas
Produzent:
Louis Bovard, Cully
Anbaugebiet:
4 ha
Pflanzdichte:
9000–12 000 ha
Alter der Reben:
30 Jahre

RAISSENAZ GRAND CRU



Sorte:
Pinot Noir
Produzent:
Henri Cruchon,
Echichens
Anbaugebiet: 0,7 ha
Pflanzdichte:
6600 Reben/ha
Alter der Reben:
1972

LE BREZ



Sorte:
Chasselas
Produzent:
Domaine
La Colombe, Féchy
Anbaugebiet:
1,22 ha
Pflanzdichte:
7300 Reben/ha
Alter: 1981

swiss-image.ch

Ein Handicap bleibt die Kleinheit des Landes mit einer Rebfläche von 15 000 Hektaren – kein Vergleich mit Frankreich und Italien mit jeweils 900 000 Hektaren oder Spanien als flächenmässig grösstem Weinland der Welt mit 1 200 000 Hektaren. Auch Deutschland (100 000 Hektaren) und Österreich (50 000 Hektaren) liegen weit voraus. Dies macht die Positionierung von starken, gut zu vermarktenden Produkten schwierig. Die Kehrseite davon ist die ausgeprägte Vielfalt an Lagen mit unterschiedlichen klimatischen Bedingungen und an Rebsorten, davon gibt es in der Schweiz rund 50.

Die Frage ist: Kann die Schweiz auch «grosse Weine» hervorbringen?

Doch ein wichtiger Beweis steht noch aus: der Beweis, dass in der Schweiz auch wirklich grosse Weine heranwachsen können. Grosse Weine sind solche, die altern können und dabei besser werden. «Das Kriterium, das einen Wein adelt, ist seine Haltbarkeit», sagt Martin Kilchmann, Weinjournalist. «Zehn Jahre, so die französische Meinung, muss er schon überstehen, wenn er sich zu den 'Vins Nobles' zählen will. Überstehen, versteht sich, ohne Krücken. Er muss reifen können und sich dabei verändern; muss besser, komplexer, tiefgründiger werden.»

Dass dies für Schweizer Weine noch nicht ganz klar ist, hat ebenfalls damit



swiss-image.ch/Franziska Plöninger

Erntezeit: Weinlese in den Rebbergen des Mont d'Orge oberhalb von Sion im Wallis.

DOMAINE DE CROCHET CUVÉE C. AUGUSTE	COMTE DE PENEY	GRAND'COUR CABERNETS	CHÂTEAU D'AUVERNIER	KLOSTER SION RÉSERVE
 Sorten: Syrah, Cabernet F., Cabernet S., Merlot Produzent: Charles Rolaz, Rolle Anbaugebiet: 1 ha Pflanzdichte: 7700 Reben/ha Alter der Reben: 1993	 Sorten: Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc Produzent: Domaine des Balisiers, Peney Anbaugebiet: 3,9 ha Pflanzdichte: 4000 Reben/ha Alter: 1986–1988	 Sorten: Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon Produzent: Grand'Cour, Peissy Anbaugebiet: 0,94 ha Pflanzdichte: 10 400 Reben/ha Alter: 1995–2007	 Sorte: Chardonnay Produzent: Caves du Château d'Auvernier Anbaugebiet: 2 ha Pflanzdichte: 6000 Reben/ha Alter der Reben: 1977–1997	 Sorte: Pinot Noir Produzent: Weingut zum Sterren, Würenlingen Anbaugebiet: 3,5 ha Pflanzdichte: 6175 Reben/ha Alter der Reben: 20 Jahre

zu tun, dass die Schweiz und ihre Produktionsgebiete klein sind, denn dadurch sind auch die Mengen eher klein, und die meisten guten Schweizer Weine werden weggetrunken, bevor sie in Würde altern können.

Das zu ändern, beziehungsweise den Beweis anzutreten, dass auch in der Schweiz noble Weine entstehen, ist das Ziel von «Mémoire des Vins Suisses», einer Initiative der vier Weinjournalisten Susanne Scholl, Andreas Keller, Stefan Keller und Martin Kilchmann. Vor einigen Jahren begannen sie, eine Auswahl der besten Produzentinnen und Produzenten der Schweiz zu kontaktieren und ihnen ihre Idee eines «Archivs» ihrer besten Weine schmackhaft zu machen.

«Wir sammeln ausgesuchte Schweizer Weine und verfolgen Jahr für Jahr deren Entwicklung», erklärt Andreas Keller das Konzept. «Da wir mit der Zeit immer mehr unterschiedlich gereifte Jahrgänge vergleichen können, ergibt sich allmählich ein sehr komplexes Bild jedes Weins. Irgendwann sollten wir sogar verlässliche Aussagen über dessen künftige Entwicklung machen können.»

Die Kriterien für die Auswahl definierten sie so:

- Die Weine sollten seit Jahren zu den «verlässlichen Werten ihrer Region» zählen.

- Sie sollten das Typische ihres Anbaugesbietes repräsentieren.
- Sie sollten einen klar erkennbaren Stil zeigen.
- Sie sollten das Potenzial haben, sich während mindestens zehn Jahren positiv zu entwickeln.

2002 und 2003 degustierten sie über 300 Weine von fast hundert Produzenten – die ältesten noch erhältlichen waren von 1999 – aus denen sie anschliessend zwei Dutzend auswählten und in dieses Archiv «Mémoire des Vins Suisses» – MDVS, deutsch: Gedächtnis oder eben Archiv der Schweizer Weine – aufnahmen. Es ist jeweils ein Wein von 24 der besten einheimischen Produzenten, die von jedem Jahrgang 60 Flaschen einlagern, die dann sukzessive geöffnet und in der Regel einmal jährlich degustiert werden sollen, so dass man ihren Alterungsprozess genau verfolgen kann.

In diesem Alterungsprozess kommt einem Begriff eine ganz besondere Bedeutung zu, wie Martin Kilchmann in der Begleitbroschüre zum Projekt schreibt: dem Terroir. Terroir heisst auf Deutsch zuerst einmal nichts anderes als Gegend, in der Weinsprache allerdings bezeichnet man damit die ganz spezielle Eigenart des betreffenden Rebbergs, die Beschaffenheit und Zusammensetzung des Bodens, die Lage, das Klima wie auch weitere Eigenschaften des Produktionsgebietes und der Bewirtschaftung des Rebbergs.

Deshalb wird bei der Beobachtung der 24 ausgewählten MDVS-Weine auch dem ganzen Umfeld grosses Gewicht beigemessen, und für jeden von ihnen werden diese Terroir-Informationen ebenso notiert wie der Klimaverlauf des Erntejahres, der Erntezeitpunkt und die wichtigsten Angaben zur Weinbereitung.

Dabei sind auch die Produzenten gefordert, denn sie müssen gegenüber den Kritikern mit offenen Karten spielen. Und sie müssen, so Martin Kilchmann, auch auf übertriebene Interventionen im Weinberg verzichten, da diese dem Ziel zuwiderlaufen, einen authentischen Wein zu erhalten.

24 Produzenten, von den kleinsten bis zum Grosskonzern

Die Liste der Produzenten ist illustr. Da finden sich Kleinproduzenten wie Anne-Catherine und Denis Mercier aus Sierre, die aus ihren 6,5 Hektaren gerade mal 40 000 Flaschen pro Jahr keltern, neben dem Grosskonzern Provins, der eine Anbaufläche von 1100 Hektaren pflegt und jährlich 10 bis 12 Millionen Liter Wein herstellt, aber mit seiner Prestigelinie «Maître de Chais» unter der Spitzenönologin Madeleine Gay auch exklusive Produkte führt. Oder die Domaine des Balisiers im Kanton Genf, die von zwei Quereinsteigern geführt wird und mit einem Triumph in einer Blinddegustation gegen renommierte

MEILENER RÄUSCHLING SEEHALDE



Sorte:
Räuschling
Produzent:
Hermann Schwarzenbach, Meilen
Anbaugebiet:
0,26 ha
Pflanzdichte:
3500 Reben/ha
Alter: 1989

PINOT NOIR STADTBERG EGLISAU



Sorte:
Pinot Noir
Produzent:
Weingut Pircher, Eglisau
Anbaugebiet: 1 ha
Pflanzdichte:
4500 Reben/ha
Alter der Reben:
1956, 1981

PINOT NOIR -R-



Sorte:
Pinot Noir
Produzent:
Baumann Weingut, Oberhallau
Anbaugebiet:
0,45 ha
Pflanzdichte:
4200 Reben/ha
Alter: 1970

SCHLOSSGUT BACHTOBEL NO.3



Sorte:
Pinot Noir
Produzent:
Schlossgut Bachtobel, Otterberg
Anbaugebiet:
1 ha
Pflanzdichte:
5600 Reben/ha
Alter: 1976, 1992

MALANSER PINOT NOIR BARRIQUE



Traube:
Pinot Noir
Produzent:
Weingut Georg Fromm, Malans
Anbaugebiet: 1 ha
Pflanzdichte:
5000 Reben/ha
Alter der Reben:
1971, 1998

internationale Konkurrenz berühmt wurde. Oder Adriano Kaufmann und Christian Zündel, zwei Deutschschweizer, die sich beide in Beride als innovative Weinproduzenten einen Namen geschaffen und mitgeholfen haben, den Ruf des Tessins als Weinregion aufzuwerten.

Weitere sollen hinzukommen: «Das MDVS ist offen», sagt Mitinitiant Andreas Keller, «das wichtigste Kriterium für die Aufnahme eines Weins ist die Qualität.» Es ist auch kein kommerzielles Projekt, und fast so wichtig wie der Aufbau des Archivs ist die Kontaktpflege untereinander. Andreas Keller: «Es ist inzwischen eine eingeschworene Gruppe, man hat Kontakte bis ins Ausland geknüpft, aber auch viele neue innerhalb der Schweiz wie etwa vom Wallis in die Deutschschweiz, was für viele der Beteiligten vorher nicht selbstverständlich war.»

Etwas allerdings darf nicht verschwiegen werden: Die selektionierten Weine sind keine Massenprodukte und deshalb meist nur schwer, oft sogar nur über Subskription erhältlich. Vom Pinot Noir -R- vom Hallauer Weingut Baumann zum Beispiel gibt es pro Jahrgang nur gerade 2400 Flaschen. Doch ein Trost bleibt: Wer keinen dieser ganz besonderen Tropfen ergattern kann, findet problemlos andere Weine der Spitzenklasse – bei diesen Produzenten oder bei irgend einem anderen aus der Schweiz, diesem Land der noblen Weine. ●

SCHWEIZER WEIN



Die Schweiz ist offiziell in sechs Weinregionen aufgeteilt: Wallis, Waadt, Genf, die Drei-Seen-Region mit den Kantonen Neuenburg, Freiburg, der bernischen Bielerseeregion und dem Jura, die Deutschschweiz sowie das Tessin inklusive das italienischsprachige Misox (Kanton Graubünden).

Wallis mit 35 und Waadt mit 26 Prozent der gesamten Rebfläche sind mit Abstand die grössten Produktionsgebiete. Die meistangebaute Rebsorte ist bei den Weissweinen der Chasselas, der in Deutschland Gutedel heisst und aus dem der Fendant hergestellt wird, er wird vor allem in der französischsprachigen Schweiz angebaut und nimmt rund ein Drittel der gesamten schweizerischen Rebfläche ein. In der Deutschschweiz ist der Riesling-Silvaner sehr populär, in Deutschland als Müller-Thurgau bekannt. Bei den Rotweinen sind es Pinot Noir, also Blauburgunder, Gamay und Merlot.

In letzter Zeit sind allerdings alte und lokale, zum Teil sogar weltweit einzigartige Sorten wieder beliebter geworden und werden wieder vermehrt angebaut. Beispiele sind bei den Weissweinen Petite Arvine und Amigne, Humagne Blanche oder Heida, bei den Rotweinen Humagne Rouge oder Cornalin – all diese Sorten stammen aus dem Wallis. Im Kanton Graubünden ist der Completer eine solche so genannt autochthone Sorte, im Tessin die Bondola. In den letzten Jahren wurden zudem auch neue Züchtungen vorgestellt, erwähnenswert sind hier etwa die roten Sorten Gamaret, Garanoir, Carminoir und Diolinoir.

Informationen über das Projekt «Mémoire des Vins Suisses» und über die dabei beteiligten Produzenten und die selektierten Weine: www.mdvs.ch; eine Broschüre über das Projekt ist zu bestellen bei Andreas Keller, Weininformation, Konkordiastrasse 12, 8032 Zürich, Telefon 044 389 60 40.

Um die Promotion der Schweizer Weine kümmern sich hauptsächlich zwei Organisationen:

- Swiss Wine Promotion (www.swisswine.ch) ist die offizielle Marketing-Organisation für Schweizer Wein, sie wird vom Bund unterstützt.
- Vinea (www.vinea.ch) ist eine private Organisation aus dem Wallis, die ihre Aktivitäten in der Vergangenheit allerdings auf die ganze Schweiz ausgedehnt hat. Sie gibt den Schweizer Weinführer heraus, organisiert jeweils am ersten September-Wochenende das Festival Vinea in Sierre, die Mondial du Pinot Noir und den Grand Prix du Vin.

CHURER BLAUBURG. GIAN-BATTISTA	SASSI GROSSI	MONTAGNA MAGICA	PIO DELLA ROCCA	ORIZZONTE
 Sorte: Pinot Noir Produzent: Weinbau von Tscharnen, Reichenau Anbaugebiet: 2,3 ha Pflanzdichte: 4000/5500 Reb./ha Alter: 1974, 1982	 Sorte: Merlot Produzent: Gialdi Vini SA, Mendrisio Anbaugebiet: – Pflanzdichte: 6500–7000 Reb./ha Alter der Reben: 1970–1978	 Sorten: Merlot, Cabernet Franc Produzent: D. Huber, Monteggio Anbaugebiet: 2,3 ha Pflanzdichte: 3500–4000 Reb./ha Alter: 1970, 1982	 Sorten: Merlot, Cabernet Sauvignon Produzent: A. Kaufmann, Beride Anbaugebiet: 1 ha Pflanzdichte: 4000 Reben/ha Alter der Reben: 1981–1985	 Sorten: Merlot, Cabernet Sauvignon Produzent: Chr. Zündel, Beride Anbaugebiet: 1,6 ha Pflanzdichte: 4000–7500 Reb./ha Alter der Reben: 1906–2002

ZIGARRENTAG 2008

Genießer treffen sich in Bochum

27. September 2008 Ruhrcongress Bochum

Karten gibt es hier:

Davidoff Depot, Woldorff Tobacco, 01067 Dresden, Neumarkt 1 • BARBARINO, 01067 Dresden, Webergasse 1 • LUDWIG, 01097 Dresden, Schlesischer Platz 1 • ECKERT, 04029 Leipzig, Flughafen Leipzig/Halle • Tabak-Kontor Kinne & Schenke, 04109 Leipzig, Hauptstraße 11 • BARBARINO, 04552 Borna, Am Brühl 1 • BARBARINO, 08056 Zwickau, Marienstr. 3/Magazinstr. • BARBARINO, 10117 Berlin, Friedrichstr. 67 • BARBARINO, 10117 Berlin, Georgenstr. 14-18 • Zigaretten Herzog am Hafen, 10245 Berlin, Stralower Allee 9 • BARBARINO, 10247 Berlin, Frankfurter Allee 71-77 • BARBARINO, 10317 Berlin, Weidingerstr. 22 • BARBARINO, 10365 Berlin, Frankfurter Allee 113 • La Casa del Habano, 10623 Berlin, Fasanenstraße 9-10 • Zigaretten Herzog, 10719 Berlin, Ludwigkirchplatz 1-2 • BARBARINO, 12161 Berlin, Brandenburger Allee 96-103 • BARBARINO, 12679 Berlin, Marzahn Promenade 1 a • BARBARINO, 13125 Berlin, Wiltbergstr. 19 • BARBARINO, 13581 Berlin, Klosterstr. 3 • Davidoff Depot, Woldorff Tobacco, 14199 Berlin, Hohenzollerndamm 94 • BARBARINO, 14467 Potsdam, Lindenstr. 52 • BARBARINO, 15230 Frankfurt Oder, Karl Marx Str. 194 • LUDWIG, 15230 Frankfurt Oder, Bahnhofsplatz 11-12 • BARBARINO, 15234 Frankfurt Oder, Spitzkrugring 1 • ECKERT, 16515 Oranienburg, Strakower Str. • Davidoff Depot, Woldorff Tobacco, 20095 Hamburg, Spitaler Str. 16 • Smokers Corner, 23552 Lübeck, Beckergasse 80 • Davidoff Depot, Woldorff Tobacco, 26129 Oldenburg, Posthalterweg 10 • Woldorff Tobacco, 30159 Hannover, Ernst-August-Platz • Davidoff Depot, Woldorff Tobacco, 36037 Fulda, Universitätsplatz 1 • Davidoff Depot, Woldorff Tobacco, 37073 Göttingen, Weenderstr. 70 • Exclusivcigars-Tobakwaren Schappert, 38100 Braunschweig, Platz am Rüterbrunnen 1 • Woldorff Tobacco, 38100 Braunschweig, Platz am Rüterbrunnen 1 • Davidoff Depot, Woldorff Tobacco, 40212 Düsseldorf, Königsallee 28-30 • Cigarworld Lounge, 40223 Düsseldorf, Burghofstr. 28 • Woldorff Tobacco, 40721 Hilden, Mitterstr. 11 • Woldorff Tobacco, 42853 Remscheid, Alleestr. 74 • Woldorff Tobacco, 42853 Remscheid, Alleestr. 5 • Woldorff Tobacco, 44137 Dortmund, Westenhellweg 30-36 • Woldorff Tobacco, 44137 Dortmund, Kaupstr. 1 • Woldorff Tobacco, 44623 Herne, Bahnhofstr. 52 • Davidoff Depot, Woldorff Tobacco, 44787 Bochum, Bleichstr. 2 • Premium Cigars & Antiques, 44787 Bochum, Hellweg 28-30 • Davidoff Depot, Woldorff Tobacco, 45127 Essen, Kettwiger Str. 2 • Woldorff Tobacco, 45127 Essen, Porscheplatz 70 a • Woldorff Tobacco, 45130 Essen, Rümpschscheider Str. 66 • Woldorff Tobacco, 45468 Mülheim, Haas-Böckler-Platz 1 • Woldorff Tobacco, 45472 Mülheim, Humboldtstr. • Davidoff Depot, Woldorff Tobacco, 45657 Recklinghausen, Markt 10 • Davidoff Depot, Woldorff Tobacco, 45894 Gelsenkirchen, Hochstr. 18 • Davidoff Depot, Woldorff Tobacco, 50667 Köln, Richartzstr. 12 • Woldorff Tobacco, 50858 Köln, Ancherstr. 1253 • Davidoff Depot, Woldorff Tobacco, 53111 Bonn, Poststr. 24 • Davidoff Depot, Woldorff Tobacco, 54290 Trier, Simeonstr. 40 • Davidoff Depot, Woldorff Tobacco, 55116 Mainz, Betschstr. 23-25 • BARBARINO, 55116 Mainz, Bahnhofplatz 1 • Woldorff Tobacco, 58511 Lüdenscheid, Wilhelmstr. 33 • Woldorff Tobacco, 59065 Hamm, Richard-Matthel-Platz 1 • Davidoff Depot, Woldorff Tobacco, 60313 Frankfurt, Schillerstr. 4 • Davidoff Depot, Woldorff Tobacco, 63065 Offenbach, Herrenstr. 14 • BARBARINO, 63263 Neu-Isenburg, Hermsstr. 4 • Rauchkalmr Seiler, 64625 Bensheim, Bahnhofstraße 19 • BARBARINO, 65183 Wiesbaden, An den Quellen 10 • Woldorff Tobacco, 65549 Limburg, Dieter Str. 17-19 • BARBARINO, 66111 Saarbrücken, Bahnhofplatz 4 • BARBARINO, 67059 Ludwigshafen, Rathausplatz 20 • Davidoff Depot, Woldorff Tobacco, 68161 Mannheim, An den Planen 02, 1-7 • BARBARINO, 68161 Mannheim, Q 1.5 • BARBARINO, 68161 Mannheim, Willy-Brandt-Platz 15-17 • BARBARINO, 69115 Heidelberg, Willy-Brandt-Platz 5 • Woldorff Tobacco, 70173 Stuttgart, Königsstr. 28 • BARBARINO, 70173 Stuttgart, Arnulf-Klett-Platz 2 • ECKERT, 70173 Stuttgart, Roßwühlpassage 2 • BARBARINO, 70372 Stuttgart-Bad Cannstatt, Marktstr. 51 • Woldorff Tobacco, 71229 Leonberg, Leonberger Str. 98-108 • BARBARINO, 71634 Ludwigsburg, Kirchstr. 4 • BARBARINO, 72074 Tübingen, Mühlg. 1 • ECKERT, 72250 Freudenstadt, Bahnhofstr. 82 • BARBARINO, 72764 Reutlingen, Eberhardstr. 1 • BARBARINO, 72764 Reutlingen, Lärplatz 1 • BARBARINO, 73257 Künigs, Immanuel-Maler-Str. 2 • BARBARINO, 75172 Pforzheim, Bahnhofplatz 1 • ECKERT, 75323 Bad Wildbad, König-Karl-Str. 101 • BARBARINO, 76133 Karlsruhe, Kaiserstr. 217/Europaplatz • BARBARINO, 76133 Karlsruhe, Entlinger-Tor-Platz 1 • BARBARINO, 76137 Karlsruhe, Bahnhofplatz 1 • BARBARINO, 76189 Karlsruhe, Eichelbergstr. 34 • BARBARINO, 76437 Regent, Poststr. 10 • BARBARINO, 76530 Bades-Baden, Lange Str. 3 • BARBARINO, 76571 Gaggenau, Hauptstr. 36 • BARBARINO, 76839 Lahr, Gerberstr. 7 • BARBARINO, 77652 Offenburg, Seinerstr. 14 • BARBARINO, 78050 Villingen, Niedere Str. 35 • BARBARINO, 78462 Konstanz, Marktgasse 7 • BARBARINO, 78462 Konstanz, Bodastr. 1 • Woldorff Tobacco, 80993 München, Riegrstr. 59 • BARBARINO, 89073 Ulm-Donau, Bahnhofplatz 1 • La Casa del Habano, 90403 Nürnberg, Hauptmarkt 9 • Davidoff Depot, Woldorff Tobacco, 97070 Würzburg, Domstr. 3 • BARBARINO, 97070 Würzburg, Bahnhofplatz 4 • BARBARINO, 99084 Erfurt, Willy-Brandt-Platz 12 • BARBARINO, 99084 Erfurt, Schlossstr. 37 • BARBARINO, 99084 Erfurt, Anger 66-73 • Schweiz: www.premium-cigars.ch

www.artofsmoke.de • www.artofsmoke.ch

Mit freundlicher Unterstützung von:

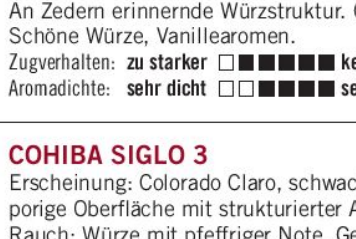
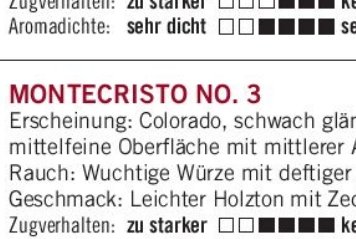
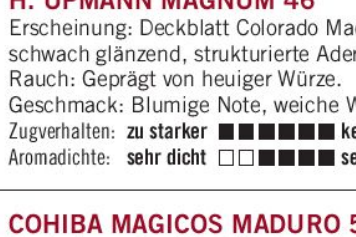
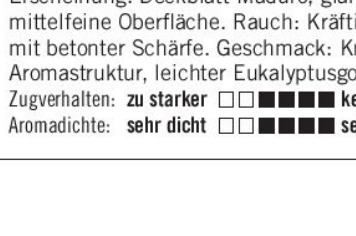


KUBA

Auf der Welt gibt es ohne Zweifel nur wenige Dinge, die zum Besten in ihrer Art zählen. Eines davon ist die Habano – die Havanna-Zigarre. Kuba besitzt eine einmalige Kombination von Klima und Bodenbeschaffenheit, die es an keinem anderen Ort der Welt gibt. So ist denn auch für die Cigar-Redaktion ein Länder-Tasting von kubanischen Zigarren ein ganz besonderer Event. Und eine Herausforderung. Einerseits durch die schiere Menge von Habanos; wir beginnen hier mit dem Mainstream, zumeist den sogenannten Hauptmarken. Andererseits aber auch durch die Fülle an unterschiedlichsten Impressionen; selbst innerhalb einer Marke und sogar innerhalb einer Zigarrenlinie finden sich ganz eigene Charaktere.

TEXT: HANS OTT FOTOS: MARCEL STUDER

	Stärke: 10 PERLE CHF 10.80 / Euro 8.45 Länge: 102 mm Durchmesser: 15.87 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	COHIBA SIGLO 1 Erscheinung: Colorado Claro, seidig, feine Oberfläche mit feiner Aderung. Rauch: Kräftig, würzig mit herbaler Note. Geschmack: Leicht süssliche Kakaonote. Zugverhalten: zu starker ☐☐☐☒☒☒☒☒ kein Aromadichte: sehr dicht ☐☐☐☐☐☒☒☒☒ sehr schlank
	10 HERMOSO NO. 4 CHF 10.40 / Euro 8.70 Länge: 127 mm Durchmesser: 19.04 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	REY DEL MUNDO CHOIX SUPREME Erscheinung: Colorado Claro, glänzend, feine Oberfläche. Rauch: Feinstrukturierte Würze mit leichter Schärfe. Geschmack: Leicht erdige Aromen wie Moos. Zugverhalten: zu starker ☐☐☒☒☒☒☒☒ kein Aromadichte: sehr dicht ☐☐☐☐☐☐☒☒☒☒ sehr schlank
	11 SECRETOS CHF 13.20 / Euro 9.70 Länge: 110 mm Durchmesser: 15.87 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	COHIBA SECRETOS MADURO 5 Erscheinung: Deckblatt Maduro, seidig, Bund/ Einlage weich. Rauch: Würzig mit herbaler Note. Geschmack: Frisch, milde Röstaromenstruktur, Orangenote. Zugverhalten: zu starker ☐☐☒☒☒☒☒☒ kein Aromadichte: sehr dicht ☐☐☒☒☒☒☒☒ sehr schlank
	11 MINUTOS CHF 6.20 / Euro 4.90 Länge: 110 mm Durchmesser: 16.67 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	RAMON ALLONES SMALL CLUB CORONAS Erscheinung: Colorado, schwach glänzend, mittelfeine Oberfläche. Rauch: Kräftige Würze mit samtiger Konstanz. Geschmack: Frische Röstaromen, grünes Holz. Zugverhalten: zu starker ☒☒☒☒☒☒☒☒ kein Aromadichte: sehr dicht ☐☐☐☒☒☒☒☒ sehr schlank
	12 MAREVA CHF 15.20 / Euro 12.20 Länge: 129 mm Durchmesser: 16.67 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	COHIBA SIGLO 2 Erscheinung: Colorado Claro, schwach glänzend, mittelfeine Oberfläche. Rauch: Kräftige Würze mit samtiger Konstanz. Geschmack: Ausgewogene Aromastuktur, Kakao. Zugverhalten: zu starker ☐☒☒☒☒☒☒☒ kein Aromadichte: sehr dicht ☐☐☒☒☒☒☒☒ sehr schlank
	12 GORDITO CHF 13.00 / Euro 10.20 Länge: 141 mm Durchmesser: 19.84 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	SAN CRISTOBAL LA FUERZA Erscheinung: Colorado, matt, mittelfeine Oberfläche mit strukturierter Aderung. Rauch: Würzig mit herbaler Note. Geschmack: Würzig-cremige Holznote, Vanille. Zugverhalten: zu starker ☐☐☒☒☒☒☒☒ kein Aromadichte: sehr dicht ☐☐☒☒☒☒☒☒ sehr schlank

	Stärke:		
	12	PIRAMIDE CHF 13.40 / Euro 9.70 Länge: 156 mm Durchmesser: 20.63 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	H. UPMANN NO. 2 Erscheinung: Colorado Maduro, seidig, feine Oberfläche mit strukturierter Aderung. Rauch: An Zedern erinnernde Würzstruktur. Geschmack: Schöne Würze, Vanillearomen. Zugverhalten: zu starker ☒ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ kein Aromadichte: sehr dicht ☐ ☐ ☒ ☒ ☒ ☒ sehr schlank
	13	CORONA GRANDE CHF 17.80 / Euro 14.50 Länge: 155 mm Durchmesser: 16.67 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	COHIBA SIGLO 3 Erscheinung: Colorado Claro, schwach glänzend, porige Oberfläche mit strukturierter Aderung. Rauch: Würze mit pfeffriger Note. Geschmack: Gewürznoten, Thymianaromen. Zugverhalten: zu starker ☐ ☐ ☒ ☒ ☒ ☒ kein Aromadichte: sehr dicht ☐ ☐ ☒ ☒ ☒ ☒ sehr schlank
	13	PETIT ROBUSTO CHF 10.20 / Euro 7.50 Länge: 102 mm Durchmesser: 19.84 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	HOYO DE MONTERREY PETIT ROBUSTO Erscheinung: Colorado Maduro, glänzend, rauhe Oberfläche mit strukturierter Aderung. Rauch: Starkwürzig, cremig. Geschmack: Natürliche Bitterkeit mit Mandelnoten. Zugverhalten: zu starker ☐ ☐ ☐ ☒ ☒ ☒ kein Aromadichte: sehr dicht ☐ ☐ ☒ ☒ ☒ ☒ sehr schlank
	13	CORONA CHF 11.00 / Euro 9.70 Länge: 142 mm Durchmesser: 16.67 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	MONTECRISTO NO. 3 Erscheinung: Colorado, schwach glänzend, mittelfeine Oberfläche mit mittlerer Aderung. Rauch: Wuchtige Würze mit deftiger Schärfe. Geschmack: Leichter Holzton mit Zedernaromen. Zugverhalten: zu starker ☐ ☐ ☒ ☒ ☒ ☒ kein Aromadichte: sehr dicht ☐ ☐ ☒ ☒ ☒ ☒ sehr schlank
	13	MINUTOS CHF 6.80 / Euro 5.40 Länge: 110 mm Durchmesser: 16.67 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	PARTAGAS SHORTS Erscheinung: Colorado, glänzend, feine Oberfläche. Rauch: Feingliedrige Würze mit dezenter Holznote. Geschmack: Gute Aromastruktur, leicht holzig, Piniennoten. Zugverhalten: zu starker ☒ ☒ ☒ ☒ ☒ ☒ kein Aromadichte: sehr dicht ☐ ☐ ☐ ☒ ☒ ☒ sehr schlank
	13	CORONA GORDA CHF 12.40 / Euro 9.50 Länge: 143 mm Durchmesser: 18.25 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	PUNCH PUNCH Erscheinung: Colorado, ölig, porige Oberfläche. Rauch: Feinwürzig mit dezenter Holznote. Geschmack: Florale und grüne Aromen, leichte Bitternote. Asche locker. Zugverhalten: zu starker ☐ ☐ ☒ ☒ ☒ ☒ kein Aromadichte: sehr dicht ☐ ☒ ☒ ☒ ☒ ☒ sehr schlank
	13	CORONA GORDA CHF 12.60 / Euro 9.50 Länge: 143 mm Durchmesser: 19.84 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	H. UPMANN MAGNUM 46 Erscheinung: Deckblatt Colorado Maduro, schwach glänzend, strukturierte Aderung. Rauch: Geprägt von heuiger Würze. Geschmack: Blumige Note, weiche Würze. Zugverhalten: zu starker ☒ ☒ ☒ ☒ ☒ ☒ kein Aromadichte: sehr dicht ☐ ☐ ☒ ☒ ☒ ☒ sehr schlank
	14	MAGICOS CHF 27.60 / Euro 19.40 Länge: 115 mm Durchmesser: 20.63 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	COHIBA MAGICOS MADURO 5 Erscheinung: Deckblatt Maduro, glänzend, mittelfeine Oberfläche. Rauch: Kräftige Würze mit betonter Schärfe. Geschmack: Kräftige Aromastruktur, leichter Eukalyptusgout. Zugverhalten: zu starker ☐ ☐ ☒ ☒ ☒ ☒ kein Aromadichte: sehr dicht ☐ ☐ ☒ ☒ ☒ ☒ sehr schlank

Stärke:

	14	CORONA GORDA CHF 20.00 / Euro 16.40 Länge: 143 mm Durchmesser: 18.25 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	COHIBA SIGLO 4 Erscheinung: Colorado Claro, matt, porige Oberfläche. Rauch: Pfeffrige Würze mit leichter Schärfe. Geschmack: Volle Aromenstruktur, eine Prise Zimt. Zugverhalten: zu starker ☐ ☒ ☒ ☒ ☒ ☒ kein Aromadichte: sehr dicht ☐ ☒ ☒ ☒ ☒ sehr schlank
	14	CORONA GORDA CHF 12.80 / Euro 9.80 Länge: 143 mm Durchmesser: 18.25 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	HOYO DE MONTERREY EPICURE NO. 1 Erscheinung: Colorado, matt, porige Oberfläche mit feiner Aderung. Rauch: Mittelkräftige Würze mit leichter Schärfe. Geschmack: Schöne Würze, Vanille. Zugverhalten: zu starker ☐ ☐ ☐ ☒ ☒ ☒ kein Aromadichte: sehr dicht ☐ ☐ ☒ ☒ ☒ sehr schlank
	14	PETIT EDMUNDO CHF 11.80 / Euro 8.60 Länge: 110 mm Durchmesser: 20.63 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	MONTECRISTO PETIT EDMUNDO Erscheinung: Colorado, seidig, strukturierte Aderung. Rauch: Feine, leicht holzige Würze. Geschmack: Leichte Fruchtnote mit getrockneten Feigen. Zugverhalten: zu starker ☐ ☐ ☐ ☒ ☒ ☒ kein Aromadichte: sehr dicht ☐ ☐ ☒ ☒ ☒ sehr schlank
	14	MAREVA CHF 8.40 / Euro 7.30 Länge: 129 mm Durchmesser: 16.67 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	MONTECRISTO NO. 4 Erscheinung: Colorado Maduro, glänzend, stark strukturierte Aderung. Rauch: Feinwürzig mit dezenter Holznote. Geschmack: Kräftige Röstaromen, leichter Toastgout. Zugverhalten: zu starker ☐ ☐ ☒ ☒ ☒ ☒ kein Aromadichte: sehr dicht ☒ ☒ ☒ ☒ ☒ sehr schlank
	14	PIRAMIDE CHF 14.00 / Euro 10.80 Länge: 156 mm Durchmesser: 20.63 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	PARTAGAS SERIE P NO. 2 Erscheinung: Colorado Claro, schwach glänzend, mittelfeine Oberfläche. Rauch: Würzig mit herbaler Note. Geschmack: Volle Aromenstruktur, eine Prise Zimt. Zugverhalten: zu starker ☐ ☐ ☒ ☒ ☒ ☒ kein Aromadichte: sehr dicht ☐ ☒ ☒ ☒ ☒ sehr schlank
	14	COLONIALES CHF 15.00 / Euro 10.40 Länge: 132 mm Durchmesser: 17.46 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	TRINIDAD COLONIALES Erscheinung: Colorado, schwach glänzend, porige Oberfläche mit grober Aderung. Rauch: Wuchtige Würze mit Schärfe. Geschmack: Würzig mit starker Süsseigkeit. Zugverhalten: zu starker ☐ ☒ ☒ ☒ ☒ ☒ kein Aromadichte: sehr dicht ☐ ☒ ☒ ☒ ☒ sehr schlank
	14	PETIT CORONA CHF 6.00 / Euro 6.50 Länge: 129 mm Durchmesser: 16.67 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	ROMEO Y JULIETA NO. 2 ALUMINIUM TUBE Erscheinung: Colorado, glänzend, porige Oberfläche mit grober Aderung, Einlage zu fest. Rauch: Würzig mit herbaler Note. Geschmack: Deutliche Milchkaffearomen mit Holznote. Asche fest. Zugverhalten: zu starker ☐ ☐ ☒ ☒ ☒ ☒ kein Aromadichte: sehr dicht ☐ ☐ ☒ ☒ ☒ sehr schlank
	14	HERMOSO NO. 4 CHF 10.60 / Euro 8.00 Länge: 127 mm Durchmesser: 19.04 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	H. UPMANN CONNAISSEUR NO. 1 Erscheinung: Colorado, seidig, mittelfeine Oberfläche. Rauch: Feinwürzig mit Zedernnote. Geschmack: Leichte Fruchtnote mit getrockneten Feigen. Zugverhalten: zu starker ☐ ☒ ☒ ☒ ☒ ☒ kein Aromadichte: sehr dicht ☐ ☐ ☒ ☒ ☒ sehr schlank

[illegible]

	Stärke:		
	17	EDMUNDO CHF 13.60 / Euro 10.30 Länge: 135 mm Durchmesser: 20.63 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	MONTECRISTO EDMUNDO Erscheinung: Colorado Maduro, speckig, strukturierte Aderung. Rauch: An Zedern erinnernde Würzstruktur. Geschmack: Leicht süssliche Kakaonote, würzig. Zugverhalten: zu starker ☐ ■■■■■■ kein Aromadichte: sehr dicht ■■■■■■ sehr schlank
	17	ROBUSTO CHF 11.20 / Euro 8.00 Länge: 124 mm Durchmesser: 19.84 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	BOLIVAR ROYAL CORONAS Erscheinung: Deckblatt Colorado, speckig, porige Oberfläche. Rauch: Pfeffrige Würze mit leichter Schärfe. Geschmack: Leicht bittere Fruchtigkeit, Töne von Zitrusfrüchten. Zugverhalten: zu starker ■■■■■■ kein Aromadichte: sehr dicht ☐ ■■■■■■ sehr schlank
	17	JULIETA NO. 2 CHF 17.60 / Euro 12.80 Länge: 178 mm Durchmesser: 18.65 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	ROMEO Y JULIETA CHURCHILL Erscheinung: Deckblatt Colorado, glänzend, mittelfeine Oberfläche. Rauch: Pfeffrige Würze mit leichter Schärfe. Geschmack: Runde Walnussaromen, schöne Würze. Zugverhalten: zu starker ☐ ■■■■■■ kein Aromadichte: sehr dicht ☐ ■■■■■■ sehr schlank
	18	DALIA CHF 26.00 / Euro 19.50 Länge: 170 mm Durchmesser: 17.06 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	COHIBA SIGLO 5 Erscheinung: Colorado Claro, glänzend, porige Oberfläche mit mittlerer Aderung. Rauch: Fein-strukturierte Würze mit Zedernote. Geschmack: Weich, Moosnote. Asche fest. Zugverhalten: zu starker ■■■■■■ kein Aromadichte: sehr dicht ☐ ■■■■■■ sehr schlank
	18	PROMINENTES CHF 19.60 / Euro 14.00 Länge: 194 mm Durchmesser: 19.44 mm Filler: Kuba Umblatt: Kuba Deckblatt: Kuba	PARTAGAS LUSITANIAS Erscheinung: Deckblatt Colorado, glänzend, feine Oberfläche. Rauch: Starkwürzige Struktur mit kräftiger Schärfe. Geschmack: Ausgeprägt pflanzlich, Note von grünem Holz. Zugverhalten: zu starker ☐ ■■■■■■ kein Aromadichte: sehr dicht ☐ ■■■■■■ sehr schlank

ANGABEN ZUM TASTING

Die angegebene Ziffer bezeichnet die Stärke der jeweiligen Zigarre. Nach dieser sind die getesteten Zigarren auch sortiert. Die Skala ist in vier Gruppierungen – mild, mittel, kräftig, stark – aufgeteilt und beginnt mit der Ziffer 1 = sehr mild und endet bei 20 = sehr stark.

Verschiedene Kulturen bevorzugen verschieden starke Widerstände im Zug. Während Kubaner eher einen stärkeren bis starken Widerstand bevorzugen, liegt er im europäischen Markt eher bei leichtem bis wenig Widerstand. In jedem Fall beurteilen wir von Cigar jedoch einen zu starken, respektive keinen Widerstand als unangenehm und unakzeptabel.

Stärke Punkteskala 1 bis 20

1 bis 5	mild
6 bis 10	mittel
11 bis 15	kräftig
16 bis 20	stark

Zugverhalten:

 = zu starker Widerstand
 = starker Widerstand
 = stärkerer Widerstand
 = leichter Widerstand
 = wenig Widerstand
 = kein Widerstand

Aromadichte:

■■■■■■ = sehr dicht
 □□■■■■ = dicht
 □□□■■■ = voll
 □□□□■■ = mittel
 □□□□□■ = schlank
 □□□□□□ = sehr schlank

Die Preise in CHF/Euro verstehen sich als Richtpreise und sind unverbindlich.

WHISKY

TEXT: ROLAND WERNLI FOTOS: MARCEL STUDER

Dieser Stoff ist kein alkoholisches Gesöff wie jedes andere, Whisky ist ein Mythos. Whisky gehört beispielsweise zur Eroberung Nordamerikas wie das Pferd oder der Colt Peacemaker. Tagsüber reiten und schiessen, abends im Saloon Whisky trinken – das war das Leben der Cowboys. Man fragt sich allerdings gelegentlich, wie die das schafften, den Whisky hinunterzuschütten wie Normalsterbliche Sirup und trotzdem noch die Spielkarten in der Hand zu halten und im Notfall jemanden aus der Hüfte zu erschiessen.

Auf jeden Fall ist Whisky ein Getränk für harte Männer und für solche, die dies zu sein glauben. Und keinesfalls zu verwechseln mit Wasser, obwohl der Name auf das gälische und irische Wort für genau diese Flüssigkeit zurückgeht. In dieser Gegend, in Schottland und Irland, wurde Whisky bekanntlich erfunden – wann ist unbekannt, allerdings dürften Mönche bereits vor über mehreren hundert Jahren Malz vergärt und destilliert haben, zuerst sicher zu medizinischen Zwecken, aber höchstwahrscheinlich hat der eine oder andere Gottesdiener beim Probieren entdeckt, dass diese Medizin auch bei Gesunden ihre heilsame Wirkung hat.

Das Malz wurde mit Hitze getrocknet, in Öfen, in denen auch Torf verbrannt wurde, wodurch viele Whiskysorten diesen charakteristischen Rauchgeschmack annahmen. In Nordamerika gab es keine gute Gerste, weshalb man dort auf die Idee kam, stattdessen Weizen und Roggen zu vergären.

Heute gibt es verschiedene Whiskysorten, die nach Ausgangsmaterial oder nach Herstellungsart unterschieden werden – hier ein paar Begriffe:

Malt wird aus Malz hergestellt, also aus ausgekeimter Gerste; Rye ist Roggen-Whisky, Bourbon wird aus Mais hergestellt. Ein Single ist ein Whisky, der aus einer einzigen Brennerei stammt, in den USA wird er als Straight bezeichnet. Ein Blend ist ein Verschnitt aus verschiedenen Sorten. Ein Vintage ist ein Jahrgangswisky, ein Single Cask stammt aus einem einzigen Fass – was zur Folge hat, dass hier die Qualität sehr unterschiedlich sein kann –, in den USA ist dafür der Begriff Single Barrel gebräuchlich.

Die klassischen Whisky-Länder sind Schottland mit dem Scotch, Irland mit dem Whiskey und USA mit dem Bourbon. Doch mit der Globalisierung versuchen sich Brenner in der ganzen Welt an diesem Getränk. Sogar in Deutschland, der Schweiz und Österreich wird heute Whisky hergestellt, und das Land, in dem am meisten davon produziert wird, ist – wie könnte es anders sein – ein asiatisches: Indien.

Bezugsquelle für alle Whiskys: www.glenfahrn.com



SÄNTIS MALT

Distillerie: Brauerei Locher,
Appenzell, Schweiz
Alter: ohne Angabe
Inhalt: 70 cl
Alkohol: 40 Volumenprozent
www.saentismalt.ch
CHF 52.–

Farbe: heller Bernstein. In der Nase fein, diskret, frisch, erinnert an Heu und grünes Holz, auch an Bier. Im Gaumen weich, fruchtig, mit Vanille- und Holundertönen, Gewürz- und Röstaromen; gefällig. Eher kurzer Abgang, ohne Aggressivität.



GRIFFIN'S PERFECTO

Erscheinung: Glänzend, porige Oberfläche mit mittlerer Aderung, regelmässiges Rolling. Rauch: Feinstrukturierte Würze mit wenig Schärfe. Geschmack: Schöne Holzaromen, Eiche.
Zugverhalten: zu starker ☐☐☐☒☒☒ kein
Aromadichte: sehr dicht ☐☐☒☒☒☒ sehr schlank
Dominikanische Republik, Stärke 9
CHF 9.50 / Euro 7.20
Länge: 118 mm
Durchmesser: 21 mm
Filler: Dom. Rep.
Umblatt: Dom. Rep.
Deckblatt: Ecuador



**TYRCONNELL PORT,
LIMITED EDITION**

Distillerie: Cooley, Irland
Alter: 10 Jahre
Inhalt: 70 cl
Alkohol: 45 Volumenprozent
www.cooleywhiskey.com
CHF 90.–

Single Malt. Farbe: goldgelb. In der Nase süsslich, klassischer Whisky-Geruch, süsslich-malzig, fruchtig-beerig. Im Gaumen kräftige, frische Schärfe, erinnert an Schokolade, Gewürzaromen, die verschiedenen Aromen sind gut eingebunden, harmonisch. Ausgebaut in Portweinfässern, dieser Einfluss ist erkennbar. Kräftiger, anhaltender Abgang.



BALBLAIR 1989

Distillerie: Balblair, Schottland
Alter: 18 Jahre
Inhalt: 70 cl
Alkohol: 43 Volumenprozent
www.balblair.com
CHF 115.–

Single Malt. Farbe: Blasses Maisgelb.
Diskrete Nase, leichte Zitrus-Note,
Äpfel, frisch. Im Gaumen samtig, ange-
nehme Schärfe, würzig, Fruchtnoten.
Harmonischer, langer Abgang.



TAMDHU

Distillerie: Tamdhu, Schottland
Alter: 25 Jahre
Inhalt: 70 cl
Alkohol: 43 Volumenprozent
www.edringtongroup.com
CHF 165.–

Farbe: Kupfer. In der Nase fruchtig, reife Kirschen, Holznote (Eiche). Im Gaumen dominanter Alkohol, leicht spritzig, würzig, mit Sherry-Aromen, angenehm. Charaktervoller Abgang.



JUAN CLEMENTE ROTHSCILD

Erscheinung: Mittelkräftiges Braun mit feinem Glanz. **Rauch:** Mild und weich strukturiert. **Geschmack:** Fetter, leicht cremige Aromatik. **Brand:** Wenig verhalten, leicht schräg.

Zugverhalten: zu starker ☐☐☒☒☒☒ kein
Aromadichte: sehr dicht ☐☐☒☒☒☒ sehr schlank

Dominikanische Republik, Stärke 15

CHF 8.70 / Euro 5.80

Länge: 124 mm

Durchmesser: 20 mm

Filler: Dom. Rep., Brasilien

Umblatt: Dom. Rep.

Deckblatt: USA



AVO MADURO NO. 2

Entscheidung: Matte, mittelfeine Oberfläche. Rauch: Kräftige Würzstruktur, betonte Schärfe mit heuiger Note. Geschmack: Schöne Röstaromen wie Kaffeebohnen. Brand: Etwas ungleichmässig.

Zugverhalten: zu starker ☐☐☐☒☒☒ kein
Aromadichte: sehr dicht ☐☒☒☒☒ sehr schlank

Dominikanische Republik, Stärke 13

CHF 13.– (nur in Avo-Lounges erhältlich)

Länge: 155 mm

Durchmesser: 20 mm

Filler: Dom. Rep.

Umblatt: Ecuador

Deckblatt: USA



FLOR DE SELVA

Erscheinung: Colorado klar, sehr fein, Seidenglanz. Rauch: Mittelkräftige Würze, kräftige Schärfe, kantig. Geschmack: Ausladende Röstaromen mit Zedernnote. Brand: Etwas verhalten.

Zugverhalten: zu starker ☐ ☐ ☒ ☒ ☒ ☒ kein

Aromadichte: **sehr dicht** ☐☐☐☒☒☒ **sehr schlank**

Honduras, Stärke 12

CHF 6.20 / Euro

Länge: 110 mm

Durchmesser: 13 mm

Filler: Honduras

Umblatt: Honduras

Deckblatt: Ecuador

Jetzt testen!

CHF 20.– pro Probeabonnement



Kavallo

Das Schweizer
Pferdemagazin

4 Ausgaben für CHF 20.–
statt 40.–



Golf & Country

Das meistabonnierte
Golfmagazin der Schweiz
3 Ausgaben für CHF 20.–
statt 36.–



Petri-Heil

Die führende Schweizer
Fischerei-Zeitschrift
4 Ausgaben für CHF 20.–
statt 35.20

Ich bestelle ☐ Kavallo ☐ Golf & Country ☐ Petri-Heil

Name Vorname

Adresse PLZ/Ort

Telefon E-Mail

008

Bitte einsenden an Jahr & Co.VIP Media Verlag, Buebentalstrasse 37, 8855 Wangen
oder telefonieren auf 058 200 55 78



OLD BALLANTRUAN – PEATED

Distillerie: Tomintoul, Schottland
Alter: ohne Angabe
Inhalt: 70 cl
Alkohol: 50 Volumenprozent
www.tomintouldistillery.co.uk
CHF 69.–

Farbe: helles Gold. In der Nase rauchig, Torfnote. Im Gaumen kräftiger Torfgeschmack, darunter eine fruchtige, malzige Süsse, alkoholbetont. Viel Charakter. Angenehmer Abgang.



ARDBEG UIGEADAIL

ARBEG SINGLE MALT
Distillerie: Ardbeg, Schottland
Alter: älter als 1993
Inhalt: 70 cl
Alkohol: 54 Volumenprozent
www.ardbeg.com
CHF 99.–

Farbe: Bräunlich-golden. In der Nase intensive Rauch- und Torftöne, von Karamell-Noten unterlegt. Im Gaumen ebenfalls betonte Rauch-Aromen, salzig, ausgewogen. Lang anhaltender Abgang.



BLANTON'S SILVER EDITION

Distillerie: Buffalo Trace, Kentucky,
USA
Alter: ohne Angabe
Inhalt: 70 cl
Alkohol: 49 Volumenprozent
www.buffalotrace.com
CHF 69.–

Bourbon. Farbe: Lohfarben, Bernstein. In der Nase erinnert er an Honig, Gewürze, fruchtig, reife Aprikose. Im Gaumen komplex, vielfältige Fruchtaromen, Karamell. Abgang lang, aber angenehm.



CUABA SALOMONES

Erscheinung: Colorado maduro, seidig, fest. Rauch: Würze mit herbaler Note, wenig Aggressivität. Geschmack: Prägnante Fruchtigkeit, leichte Orangennote, viel Komplexität in der zweiten Hälfte.

Zugverhalten: **zu starker** ☐ ☒ ☒ ☒ ☒ ☒ **kein**

Aromadichte: **sehr dicht** ☐ ☐ ☒ ☒ ☒ ☒ **sehr schlank**

Kuba, Stärke 14
CHF 24.- / Euro 16.-
Länge: 184 mm
Durchmesser: 22,6 mm
Filler: Kuba
Umblatt: Kuba
Deckblatt: Kuba



PATORO VINTAGE 98 PYRAMIDE

FAKTORENTWURF **SOFT** **FRANKE**
Erscheinung: Kräftiges, samtiges Braun,
strukturierte Oberfläche. Rauch: Feine
Würze mit einem Hauch von Schärfe.
Geschmack: Deutliche Espresso-Aromen
und Honig- und Vanillinoten.
Zugverhalten: **zu starker** ☐☐☐☐☒ **kein**
Aromadichte: **sehr dicht** ☐☐☐☒☒ **sehr schlank**
Dominikanische Republik, Stärke 12
CHF 28.– / Euro 18.–
Länge: 150 mm
Durchmesser: 19 mm
Filler: Dom. Rep.
Umblatt: Dom. Rep.
Deckblatt: Dom. Rep.



DAVIDOFF DOUBLE R

Erscheinung: Kräftige, stolze Erscheinung, glänzend, regelmässiges Rolling, Einlage sehr fest. Rauch: Kräftige Würze mit feiner Schärfe. Geschmack: Leichter Holztou mit Zedernaromen.

Zugverhalten: **zu starker** ☐☐☐☒☒☒☒**kein**

Aromadichte: **sehr dicht** ☐☐☐☒☒☒☒**sehr schlank**

Dominikanische Republik, Stärke 13
CHF 34.- / Euro 27.35

Länge: 190 mm
Durchmesser: 20 mm
Filler: Dom. Rep.
Umblatt: Dom. Rep.
Deckblatt: Ecuador

«Ich mache die Zigarren FÜR MICH SELBST»

Wer benennt schon eine Zigarre nach seiner Urgrossmutter? Ein mit allen Wassern gewaschener Russe, der Zigarren macht, wie er selbst sie rauchen möchte: Qualitativ hochstehend, von schönem Äusseren und durchaus etwas pompös.

TEXT: HANS OTT

Man mag ja der Religion manchmal durchaus ein bisschen skeptisch gegenüberstehen – wenn aber ein leibhaftiger Pastor einen neuen Zigarrenladen segnet, dann wird einem doch so richtig schön warm ums Herz. So geschehen Ende Mai im österreichischen Schärding, ganz nah bei Passau und der deutschen Grenze, als die erste Bossner Niederlassung auf österreichischem Boden eröffnet wurde, mit viel Trara, einem Golfturnier, Zwei-Hauben-Koch-Menü, 130 Gästen und 1 echtem Prinz (Ferdinand von Hohenzollern).

Geladen hatte Konstantin Loskutnikov, Gründer und Besitzer von Bossner – und der hat es ganz schön weit gebracht für einen, der im nordsibirischen Norilsk geboren wurde, dort, wo sich Füchse und Hasen Gutnacht sagen würden, wenn es sie denn noch gäbe, denn die Stadt mit ihren Nickelminen gilt als eine der zehn am schlimmsten umweltschmutzten Städte der Welt. Und auch wenn Konstantin schon als Kind mit seiner Mutter ins etwas zivilisiertere Leningrad zog, so scheint Norilsk ihn nie richtig losgelassen zu haben – er kehrte als Zwanzigjähriger zurück, arbeitete als Dreher und Mechaniker im selben Betrieb wie sein Vater. Erst in den achtziger Jahren zogen er, seine Frau und

der mittlerweile geborene Sohn zurück nach Leningrad, wo er auch studierte.

Doch in den wilden und wirren Jahren vor und nach der Perestrojka entdeckte Loskutnikov sein eigentliches Talent: das Entwickeln von neuen Geschäftsideen und das Handeln. In Leningrad eröffnete er eine kleine Fabrik

Deutschland noch nicht gab. Nur beim Markennamen für die Schokolade gab es Probleme: «Loskutnikov-Zartbitter» tönt ja (nicht nur) für deutsche Ohren nicht gerade verkaufsfördernd. Ein Stöbern in der Familiengeschichte brachte die Lösung: Die Urgrossmutter mütterlicherseits stammte aus einem verarmten

Der Markenname wurde von der Urgrossmutter mütterlicherseits entlehnt.

mit 300 Mitarbeitern, die Jeans unter dem Label «Leader» herstellte, organisierte eine Pferdezucht, Kunstversteigerungen und wohl noch das eine oder andere Business. Mit dem Putsch in der Sowjetunion im Jahre 1991 verschlechterte sich die Lage aber immer mehr und so zog er mit seiner Familie nach Berlin, wo er wieder ganz unten beginnen musste, zuerst mit einem kleinen Laden, der russische Produkte vor allem an russische Emigranten verkaufte.

So richtig erfolgreich war das aber nicht. Bis er zusammen mit seinem Vater auf die Idee kam, selbst Schokolade zu produzieren, eine Zartbitterschokolade mit hohem Kakaoanteil und mit Fruchtfüllung, wie es sie damals in

Adelsgeschlecht mit dem schönen Namen Bossner, voilà, die Marke war geboren. Und weil der Name so gefiel, wurden gleich auch noch andere Geschäftszweige darunter vereint: Während die Erweiterung der Schokolade-Produktion mit einer Pralinen- und Gebäcklinie naheliegend, jene mit einer eigenen Kaffeeproduktion kreativ war, so brauchte es doch fast ein ganzes Jahrzehnt, bis auch noch die Bossner-Zigarren das Licht der Welt erblickten.

Dabei wäre das ja schon viel früher auf der Hand gelegen: Konstantin Loskutnikov wurde zum Zigarrenraucher bereits in seiner Studentenzeit in Leningrad. «Wir haben damals kubanischen Rum aus rein wirtschaftlichen Gründen



Konstantin Loskutnikov: Von Sibirien nach Berlin, vom Jeansproduzenten zum Schokoladen-, Cognac- und Zigarrenanbieter.

dem Wodka vorgezogen – er war ein paar Dutzend Kopeken günstiger und die Flaschen deutlich grösser», erklärt Loskutnikov augenzwinkernd, «und eines Tages entdeckte ich, dass man den Rum durchaus auch pur trinken kann, wenn man dazu eine Zigarre raucht.» Und natürlich gab es in der Sowjetunion ausschliesslich kubanische Zigarren. Erst als er um den Jahrtausendwechsel herum in der Dominikanischen Republik Ferien machte, begriff er, dass auch Zigarren nach eigenem Gusto hergestellt werden können – ganz ähnlich, wie dies bei der Schokoladen-Eigenkreation der Fall war.

Und wie nicht anders zu erwarten, stürzte sich Loskutnikov sogleich in die neue Aufgabe, informierte sich, besuchte Ausstellungen, überprüfte Zigarrenhersteller, verhandelte und handelte: «Ich will dem Raucher eine Zigarre geben, die ihm jederzeit genau den Genuss gibt, den er erwartet. Ich mache die Zigarren ja unter anderem auch für mich selbst.»

Zuerst in der Dominikanischen Republik, dann auch in Nicaragua fand er, was er gesucht hatte: Zigarren, die sowohl geschmacklich wie auch fürs Auge von höchster Qualität sind, ausschliesslich aus Tabaksorten höchster Qualität, in der Dominikanischen Republik mit einem Connecticut-Deckblatt, in Nicaragua mit einem dunklen Deckblatt aus Ecuador – und natürlich, hier verleugnen die Bossner-Zigarren die Herkunft ihres Erfinders nicht, mit einer russisch-pompösen Bauchbinde mit Adelswappen. Denn günstig oder gar billig sollen die Zigarren auf keinen Fall wirken, «Zigarren sind ein sehr gutes Hobby, mit dem man die schöne Möglichkeit hat, Geld auszugeben», lächelt Loskutnikov.

In rund zwanzig Ländern werden die Bossner-Zigarren heute vertrieben, dar-



Qualitätskontrolle in der Dominikanischen Republik: Der Chef – hier für einmal ohne Bart – ist mit

unter auch Russland und die Ukraine – der russische Sohn, der heute auch einen deutschen Pass besitzt, ist heimgekommen.

Zeitgleich mit den Zigarren führte man Raucheraccessoires in die Produkt-

verständlich wurde auch diese Linie kontinuierlich ausgebaut und mit weiteren Männeraccessoires erweitert, Brief- und Aktentaschen, Gürtel und Krawatten. Und weil's so gut klappt, setzt man gleich noch einen obendrauf mit dem

«Zigarren sind ein Hobby, mit dem man die Möglichkeit hat, Geld auszugeben.»

palette ein, um dem Kunden nicht nur ein Produkt, sondern ein ganzes Paket anbieten zu können. Angefangen mit Aschenbechern hat Bossner heute alles, was ein Raucherherz begehren könnte, im Angebot: Aschenbecher, Humidore, Humidorschränke, edle Etuis. Selbst-

Bossner Cognac X.O., der rund vierzig Jahre in Eichenfässern aus dem Limousin gelagert ist – zu rund 120 Euro pro Flasche. Gute Qualität kostet ihren Preis.

So wurde Bossner denn zur übergreifenden Luxusmarke. Ekaterina Loskuti-



Leib und Seele Zigarrenproduzent.

nova, die 25-jährige Tochter des Firmengründers und Sales Manager des Unternehmens zeigt die Geschäftsphilosophie auf: «Durch die Breite der Produktpalette wollen wir dem Konsumenten möglichst viele Wünsche gleichzeitig erfüllen. Wir möchten, dass sich unser Kunde keine Gedanken darüber zu machen braucht, wo er das passend stilvolle Accessoire oder das passende Getränk zu seiner Zigarre herbekommt, sondern sich einzig und allein auf den Genuss konzentrieren kann.»

Fleiss, Handel, Gespür für den Markt – doch vielleicht ist das Erfolgsrezept der Loskutnikovs sogar noch ein bisschen simpler – vielleicht lassen sie sich ihre neuen Geschäfte einfach immer segnen.

BOSSNER-ZIGARREN – VIELFALT MIT HOHER QUALITÄT

Die Ursprungsländer der Bossner-Zigarren sind die Dominikanische Republik und Nicaragua. Bei der Herstellung der Zigarren werden ausschliesslich Tabaksorten höchster Qualität verwendet. Die Qualität der Tabakblätter wird regelmässig kontrolliert, sowohl auf den Geschmack als auch auf die Unversehrtheit der Blätter, da die Zigarren nur aus grossen langen Blättern hergestellt werden.

Damit die Zigarren den besonderen Geschmack bekommen, wird für die dominikanischen Zigarren das Connecticut Deckblatt höchster Qualität verwendet. Den Zigarren aus Nicaragua verleiht das schön glänzende und sehr wertvolle Deckblatt aus Ecuador, Colorado Maduro, einen besonderen Geschmack. Die Bossner-Zigarren werden mit viel Sorgfalt und Liebe ausschliesslich in Handarbeit gefertigt.



NICARAGUA

Die drei Zigarrensorten, die Bossner aus Nicaragua unter dem Label «Bossner Reserva» im Programm hat, zeichnen sich alle durch das sehr schöne, dunkle Deckblatt aus. Die Bossner Baron mit 152 Millimetern Länge und einem Durchmesser von fast 24 Millimetern gehört zu den wichtigsten Zigarren im Markt, die Admiral ist eine starker Torpedotyp (140/22) und die Henry ist mit ihren Massen 150/22 eine leider auf 150 29er-Boxen limitierte Rarität.

DOMINIKANISCHE REPUBLIK

Mittlerweile liegen mehrere Linien aus der Dominikanischen Republik vor. Die «Bossner Classic» sind würzige Zigarren mit leichter Süsse und Zedernaromen die in den Formaten Robusto, Churchill, Torpedo sowie in zwei Panatela- sowie 4 Corona-Formaten verkauft werden – dabei ist die Churchill allerdings mit 190/20 eher als klassische Double Corona ausgeprägt.

Die «Bossner Rolando Maduro» als Torpedo, Robusto und Double Corona unterscheiden sich von der Classic-Linie vor allem durch ein Connecticut Maduro Broadleaf als Deckblatt. Eine eigene kleine Linie bilden die Bossner Ambassador sowie die Bossner Cleopatra, die beide ein Brasil-Maduro-Deckblatt aufweisen.

Und 2008 ist die Bossner-Linie durch neue Zigarren aus der Serie Limited Edition bereichert worden. Insgesamt kommen nur ein paar hundert Kisten à 10 Zigarren, die in Zusammenarbeit mit dem Prinzen von Hohenzollern, dem jüngsten Enkel des letzten Königs von Sachsen kreiert wurden, auf den Markt. Die Zigarren werden ebenfalls in der Dominikanischen Republik hergestellt. In der Füllung ist der einheimische Tabak Cuban Piloto enthalten, das Bindeblatt enthält Olor Dominicano. Die Einzigartigkeit dieser Neuheit liegt darin, dass sich in einer Kiste fünf helle und fünf dunkle Zigarren entsprechend mit dem Deckblatt Connecticut und Connecticut Maduro befinden. Der Tabak, der in den «Königszigarren» verwendet wird, wurde einer zusätzlichen Lagerung unterzogen, wodurch die Zigarren einen reichen, vollen Geschmack und ein feines Aroma aufweisen.

Anzeigen



Exklusive Humidore mit lebenslanger Garantie

- Innovatives Design & höchste Verarbeitungsqualität
- **adorini Deluxe Befeuchter** für optimal Luftfeuchte
- **adorini Haarhygrometer** für höchste Präzision



Humidor Pyramid

- L: 45cm B: 45cm H: 45cm
- 100 Zigarren



Befeuchter adorini Deluxe

- Neues Befeuchtungssystem auf Basis von hochausgeprägten Acrylpolymer Kristallen
- Konstante Luftfeuchtigkeit bei 72 %



Zigarrenetui Satin

- Länge: 21 cm
- Zigarrendurchmesser 22 mm



Haarhygrometer

- Präzisions Haarhygrometer aus dem Hause Fischer
- adorini cigar edition – Garantiert aller höchste Messgenauigkeit

Händleranfragen erwünscht • Erhältlich im guten Fachhandel

adorini • Gebr. Spohn GmbH • Eupener Str. 161 • 50933 Köln
 fon: +49(0)221.8000 94 – 20 • fax: – 25 • eMail info@adorini.de



Das Herrenzimmer www.herrenzimmer.de – das Forum für Individualisten, das unter dem Motto «Geist. Genuss. Gesehenheit» im WWW unterhält und informiert. Sie finden dort unter anderem Neuigkeiten über Bücher, CDs, Hörbücher, Veranstaltungen, Essen und Trinken und anspruchsvolle Dinge aller Art. Schauen Sie doch hinein.

Neu: AKTIVE Befeuchtungssysteme

www.Humidor.ch

Tel. +41 0848 CIGARS oder (+41 0848 244 277)

IMPRESSUM

CIGAR

Erscheinungsweise: viermal jährlich

Herausgeberin

Edition Salz&Pfeffer AG, Zürich

Gründer: Daniel Egli

Verleger: Robert Meier

Verlag und Redaktion

Cigar

Edition Salz&Pfeffer AG

Postfach 98

8042 Zürich

Telefon +41 44 360 20 80

Fax +41 44 360 20 89

www.cigar.ch

info@cigar.ch

Redaktion:

Stefan Schramm, sschramm@salz-pfeffer.ch (Chefredaktor)

Heini Lüthy, Hans Ott, cigar@updatepublishing.ch

Art & Creative Direction:

Silvia Janser Adedeji (AD), sjanser@bluewin.ch

Balz Egger (stv.)

Ronny Stocker (CD)

Mitschreibende in dieser Nummer:

Michael Bahnert, Isabelle Hog, Heini Lüthy, Willi Näf, Hans Ott, Jörg Pannier, Peter Tschärner, Roland Wernli

Fotograf:

Marcel Studer

Litho und Druck:

Barbara Neuhauser

AVD Goldach, 9403 Goldach

Telefon: +41 71 844 94 11

Fax: +41 71 844 95 55

Anzeigen

Schweiz, Deutschland, Österreich

Creativ Media GmbH

Zürichstrasse 135

8910 Affoltern am Albis

Telefon +41 43 322 60 30

Fax +41 43 322 60 31

CIGAR@c-media.ch

Abonnements-Dienst

Marcel Kohler

Telefon: +41 71 844 91 70

Fax: +41 71 844 93 45

abo@cigar.ch

Abonnements-Preise

Einzelausgabe CHF 9.60/Euro 6.50

1 Jahr (4 Ausgaben), CHF 36.–/Euro 28.–, Übersee Euro 52.–

2 Jahre (8 Ausgaben), CHF 54.–/Euro 44.–, Übersee Euro 89.–

Vertrieb Deutschland, Schweiz, Österreich:

EDS Export & Distribution Services AG

Postfach 731

Bergstrasse 58

CH-8706 Meilen

Telefon +41 44 925 20 10

www.eds-verlagsservice.ch

Der Nachdruck sämtlicher Artikel und Illustrationen ist verboten.
 Für den Verlust nicht verlangter Reportagen, Bilder, Texte und dergleichen kann die Redaktion keine Verantwortung übernehmen.

Alle Angaben zu Preisen, Herkunft et cetera sind Richtangaben und immer ohne Gewähr.

CIGAR

DAS LIFESTYLEMAGAZIN FÜR DEN MANN



**KEINE AUSGABE
VERPASSEN!**

BESTELLEN SIE IHR CIGAR JAHRESABONNEMENT

Ja, ich bestelle

- ☐ Probe-Ausgabe, gratis
☐ ein Jahresabo von Cigar (4 Ausgaben/Jahr) für CHF 36.–/Euro 28.–
☐ ein 2-Jahresabo von Cigar (8 Ausgaben/Jahr) für CHF 54.–/Euro 44.–

Preise inkl. MWST

Vorname/Name _____

Strasse/Nr. _____

PLZ/Ort/Land _____

Telefon/E-Mail _____

Datum/Unterschrift _____

Einsenden an: CIGAR
Edition Salz&Pfeffer AG
Postfach 98
CH-8042 Zürich
www.cigar.ch
info@cigar.ch
+41 (0)71 844 91 70
Fax +41 (0)71 844 93 45

oder:

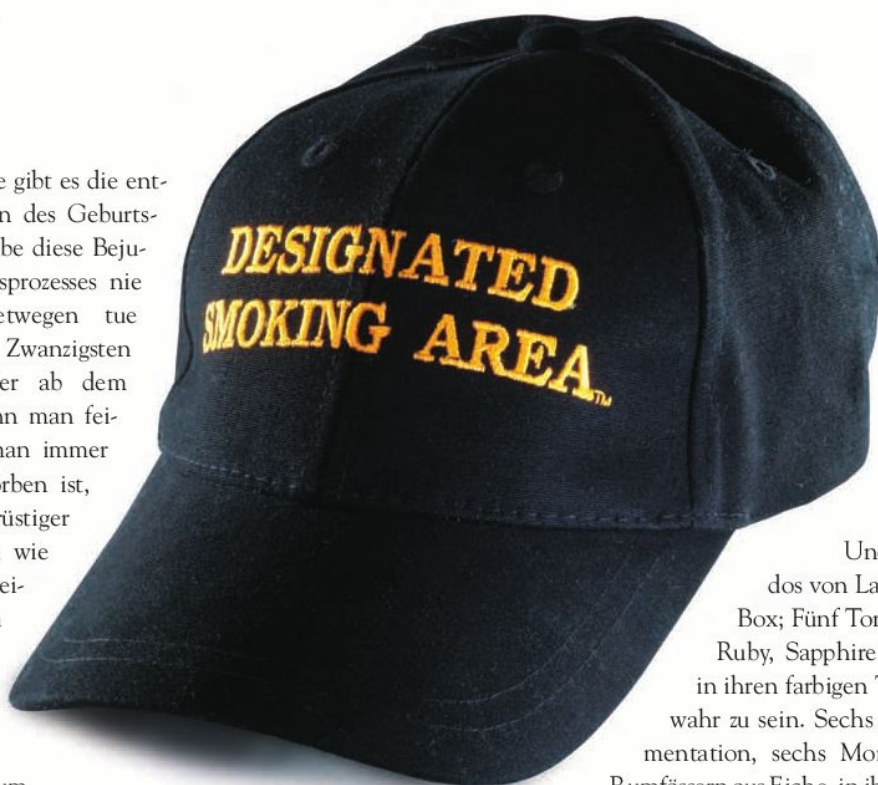
ICH HASSE GEBURTSTAGE

TEXT: WILLI NAEF

In unserer Familie gibt es die entsetzliche Tradition des Geburtstagsfeierns. Ich habe diese Bejubelung des Altersprozesses nie begriffen. Meinetwegen tue man das bis zum Zwanzigsten und dann wieder ab dem Neunzigsten, wenn man feiern kann, dass man immer noch nicht gestorben ist, sondern ein rüstiger Jubilar, der nach wie vor fröhlich im Kreise seiner Lieben und so weiter und so fort. Aber meinerseits ist 39, und das Einzige, was zum Feiern Anlass geben könnte, ist die Tatsache, dass es mir gelang, mir trotz meines hohen Alters meinen inneren Kindskopf zu bewahren. Der Druck, erwachsen zu werden, steigt in dieser Lebensphase allerdings beinahe stündlich.

Den geburtstäglichen Geladenen schrieb ich vorab im Mail, wer zufällig eine nagelneue Harley Davidson in der Garage stehen habe und nichts damit anfangen wisse, könne sie ja mitbringen. Wer jedoch keine habe, solle bitte nichts schenken, da ich wunschlos glücklich sei.

Verwandte gehorchen bekanntlich selten. Meine nie. «Nichts wünschen, aber bei amazon eine Wunschliste stehen haben», grinnten Christian und Elisa, und überreichten mir Bill Brysons göttliches und 670 Seiten dickes Buch «Eine kurze Geschichte von fast allem», ergänzt mit einer kleinen feinen Flasche zwölfjährigen Balvenie Doublewood Single Malt. Ursula



brachte vom Schlossbäcker eine Schachtel süsser und fein parfümierter «Pflastersteine» mit. Und Blumen für das einzige Vollweib in meinem Leben.

Dann fuhren meine Schwiegereltern ein.

Und zwar mit den Preferidos von La Aurora in der Treasure Box; Fünf Torpedos, Platinum, Gold, Ruby, Sapphire und Emerald, gelagert in ihren farbigen Tubos, fast zu schön um wahr zu sein. Sechs Tabake, drei Jahre Fermentation, sechs Monate Reifung in alten Rumfässern aus Eiche, in ihre anspruchsvolle Form gerollt von den sechs Meistertorcederos der Manufaktur, zu guter Letzt weitere sechs Monate schlussgereift im Zedernraum. «Dir kann man sowas ja schenken», erklärte meine Schwiegermutter, das zweiteinzige Vollweib in meinem Leben, «du konsumierst ja nicht, sondern du genießt.»

Die Treasure Box war in einer weiteren Hinsicht einzigartig: Es prangte nicht etwa die Todesdrohung «Rauchen ist tödlich!» darauf, mit der unsere Gesetzgeber lustvoll Angst und Schrecken zu verbreiten pflegen, sondern da stand, im gleichen Schriftzug: «Rauchen ist Genuss. Besonders nach einem guten Essen.» Und man musste schon sehr genau hinsehen, um zu erkennen, dass es ein Überkleber war, vom Schwiegervater eigenhändig geschrieben, gedruckt, geschnitten und geklebt.

Bill Bryson, Single Malt, Pralinen und als Genussgipfel fünf Aurora Preferidos, ergänzt mit Mutterwitz und Feingefühl. Ich liebe Geburtstage.



**When two brothers take
two very different roads.**



Harley-Davidson Night Rod® Special

Trotz komplett verschiedener Optik begeistern sowohl die geschliffene V-Rod® als auch die brachiale Night Rod Special® mit identischer, beeindruckender Performance: 123 PS und ein Drehmoment von 115 Nm zaubern dem Reiter jederzeit ein verklärtes Lächeln auf die Lippen. Für beruhigende Sicherheit in Grenzsituationen ist ein optionales ABS erhältlich.

Testen Sie jetzt kostenlos und unverbindlich Ihr 2008er Wunschmodell beim offiziellen Harley-Davidson Dealer in Ihrer Nähe!

Harley-Davidson 2008er VRSC-Modelle ab CHF 25'029.-

Den kompletten Modelljahrgang 2008 und das Händlerverzeichnis finden Sie unter:

www.harley-davidson.ch

Jetzt mit sehr vorteilhaften Leasing-Konditionen. Weitere Details zu Harley-Davidson Financial Services erfahren Sie bei Ihrem offiziellen Harley-Davidson und Buell Dealer.



Make every day count

Davidoff



25 *Davidoff*



Nur in autorisierten Tabakfachgeschäften erhältlich.

www.davidoff.com